

**IDENTIFIKASI FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN STADION
ATLETIK DAN SEPAKBOLA UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Keolahragaan
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memperoleh Gelar Sarjana Olahraga



Oleh
Guntur Yuli Satria
NIM 09603141040

**PROGRAM STUDI ILMU KEOLAHRAGAAN
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
JUNI 2014**

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul "**Identifikasi Faktor Kepuasan Pelanggan Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta**" yang disusun oleh Guntur Yuli Satria, NIM 09603141040 ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.

Yogyakarta 4 April 2014
Dosen Pembimbing



Sumarjo, M. Kes
NIP. 19631217 199001 1 002

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan yang telah lazim.

Tanda tangan dosen penguji yang tertera dalam halaman pengesahan adalah asli. Jika tidak asli, saya siap menerima saksi ditunda yudisium pada periode berikutnya.

Yogyakarta, 18 April 2014

Yang Menyatakan,



Guntur Yuli Satria
NIM. 09603141040

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Identifikasi Faktor Kepuasan Pelanggan Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta” yang disusun oleh Guntur Yuli Satria, NIM 09603141040 ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 5 Mei 2014 dan dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Sumarjo, M. Kes	Ketua Penguji		5/06 2014
Sulistiyono, M. Pd	Sekretaris		5/06 2014
Prof. Dr. Wawan S. Suherman, M. Ed	Penguji I		5/06 2014
Sigit Nugroho, M. Or	Penguji II		5/06 2014

Yogyakarta, Juni 2014
Fakultas Ilmu Keolahragaan



Drs. Rumpus Agus Sudarko, M. S
NIP. 19600824 198601 1 001

MOTTO

“Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu Sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(Al-Baqarah: 153)

“Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil; kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik”

(Evelyn Underhill)

“Manusia tidak merancang untuk gagal, mereka gagal untuk merancang”

(William J. Siegel)

“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah”

(Thomas Alva Edison)

PERSEMBAHAN

Karya tulis ini peneliti persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan dan selalu membimbing setiap langkahku untuk menjadi umatNya.
2. Kedua Orang tuaku, Bapak Mujiono dan Ibu Armawati. Terimakasih atas semua doa, kasih sayang, dan dukungan yang telah diberikan.
3. Kakak perempuanku satu-satunya Nila Yulianti yang selalu membantu dan mendoakan saya.
4. Sariana Dewi tersayang yang setia menemani, mendoakan dan memotivasi peneliti.
5. Sahabat-sahabat peneliti Riki Trianto, Emerald G, Eko Supriyono, Purnomo, Riyanto, Danang, Eki Aldapit, Alex Fikri, Hanif Kirana, Bintara Arif, Mardianto, Yudi S, Richad S, Jhon Nawaeka, dan Gunawan, yang selalu memberikan dukungannya.
6. Dan semua teman-teman seperjuangan Ikor 2009.

IDENTIFIKASI FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN STADION ATLETIK DAN SEPAKBOLA UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

Oleh

Guntur Yuli Satria
NIM 09603141040

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta, selain itu juga untuk mengevaluasi manajemen Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang menggunakan metode survey dengan teknik pengambilan data menggunakan kuisioner atau angket. Subjek penelitian ini adalah tim nasional Indonesia U-23 sebanyak 30 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif yang dituangkan dalam bentuk persentase identifikasi faktor kepuasan pelanggan Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kualitas produk terdapat 0 pelanggan (0%) dalam kategori sangat puas, diikuti dengan 27 pelanggan (90%) dalam kategori puas, 3 pelanggan (10%) dalam kategori kurang puas, dan 0 pelanggan (0%) dalam kategori tidak puas. Selanjutnya faktor harga terdapat 0 pelanggan (0%) dalam kategori sangat puas, diikuti dengan 20 pelanggan (66,7%) dalam kategori puas, 10 pelanggan (33,33%) dalam kategori kurang puas, dan 0 pelanggan (0%) dalam kategori tidak puas. Selanjutnya faktor kualitas pelayanan terdapat 0 pelanggan (0%) dalam kategori sangat puas, diikuti dengan 22 pelanggan (73,34%) dalam kategori puas, 8 pelanggan (26,66%) dalam kategori kurang puas, dan 0 pelanggan (0%) dalam kategori tidak puas. Sedangkan untuk faktor emosi terdapat pelanggan (0%) dalam kategori sangat puas, diikuti dengan 14 pelanggan (46,67%) dalam kategori puas, 16 pelanggan (53,33%) dalam kategori kurang puas, dan 0 pelanggan (0%) dalam kategori tidak puas. Maka dapat disimpulkan tingkat kepuasan pelanggan Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta adalah baik/puas.

Kata kunci: Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta, faktor kepuasan pelanggan.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Identifikasi Faktor Kepuasan Pelanggan Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta” dengan lancar.

Dalam penyusunan skripsi ini pastilah peneliti mengalami kesulitan dan kendala. Dengan segala upaya, skripsi ini dapat terwujud dengan baik berkat uluran tangan berbagai pihak, khususnya dari para pembimbing. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan termiakah yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd. M.A. Selaku Rektor Universitas Negeri Yogyakarta yang telah mengizinkan untuk studi dan menyelesaikan kuliah di UNY.
2. Bapak Drs. Rumpis Agus Sudarko, M.S. Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan administrasi dalam perijinan penelitian.
3. Yudik Prasetyo, M.Kes. Selaku Kajur PKR FIK UNY. Yang telah memberikan banyak inspirasi kepada penulis selama masih menjadi mahasiswa FIK UNY.
4. Sumarjo, M.Kes. Selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyusun skripsi.

5. dr. Novita Intan Arovah, M.PH. Selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan banyak saran serta nasehat yang bermanfaat bagi penulis selama menjadi mahasiswa di FIK UNY.
6. Komarudin, M.A. Selaku manager Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan izin dan membantu peneliti dalam pengambilan data.
7. Aji Santoso, selaku pelatih utama Tim Nasional Indonesia U-23 yang telah memberikan izin untuk meneliti Timnas Indonesia.
8. Seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktu dan membantu pengambilan data penelitian.
9. Teman-teman Ikora angkatan 2009 yang selalu membantu dan mendukung dalam menyelesaikan penelitian ini.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih membutuhkan banyak masukan. Kritik yang membangun dan saran akan diterima untuk perbaikan lebih lanjut. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi dunia pendidikan dan Fakultas Ilmu Keolahragaan.

Yogyakarta, 18 April 2014
Penulis

Guntur Yuli Satria
Nim: 09603141040

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
 BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	5
F. Manfaat Penelitian	5
 BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
A. Deskripsi Teori.....	7
1. Kepuasan Pelanggan.....	7
a. Pengertian Kepuasan	7
b. Pengukur Kepuasan Pelanggan.....	9
c. Strategi Kepuasan Pelanggan.....	12
d. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan	13
B. Penelitian yang relevan	26
C. Kerangka Berpikir.....	27

BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian.....	29
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	29
C. Populasi dan Sampel Penelitian	30
D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data.....	30
E. Uji Validitas dan Reliabilitas	34
F. Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Lokasi, Subyek, Waktu Penelitian dan Data Penelitian	43
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	43
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	48
B. Saran	48
C. Keterbatasan Penelitian.....	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN.....	52

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Kisi-Kisi Penyusunan Angket Uji Coba	32
Tabel 2. Kisi-Kisi Angket Penelitian	33
Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	35
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Harga.....	37
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	38
Tabel 6. Hasil Uji Validitas Emosi	39
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 10. Presentase Kualitas Produk.....	44
Tabel 11. Presentase Harga	45
Tabel 12. Presentase Kualitas Pelayanan.....	45
Tabel 13. Presentase Emosi.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Angket Penelitian	53
Lampiran 2. Dokumentasi	58
Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas	60
Lampiran 4. Data Responden	70
Lampiran 5 Surat Pembimbing Proposal TAS	97
Lampiran 8. Surat Permohonan Ijin Penelitian	98

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Olahraga merupakan aktivitas gerak yang dibutuhkan oleh tubuh. Selain dapat menjaga kebugaran jasmani, dengan olahraga juga bisa menjaga kesehatan tubuh. Olahraga dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja, akan tetapi lebih baik apabila aktivitas olahraga dilakukan dengan memanfaatkan fasilitas yang sesuai dan sudah tersedia. Untuk melakukan olahraga dibutuhkan fasilitas, sarana, dan prasarana.

Stadion merupakan salah satu sarana dan prasarana untuk melakukan kegiatan olahraga. Sebuah stadion yang baik selalu dikelola secara baik juga, mulai dari kepengurusan, perawatan, sampai manajemen yang ada di dalamnya. Selama ini yang kita ketahui stadion hanya digunakan untuk latihan sepakbola dan pertandingan sepakbola saja, akan tetapi pada kenyataannya stadion tidak hanya digunakan untuk kegiatan sepakbola saja, stadion dapat digunakan oleh cabang olahraga lain seperti atletik. Sebuah stadion selalu memiliki pihak pengelola sebagai penanggung jawab. Pihak-pihak yang menjadi penanggung jawab haruslah mengerti tentang Manajemen Olahraga, karena stadion adalah sarana mahasiswa dan masyarakat sekitar untuk melakukan aktivitas olahraga.

Pada umumnya bentuk stadion adalah simetris, hal ini dimaksud untuk mendapatkan pemandangan yang sama dan kemudahan pencapaian fasilitas penunjang dari segala posisi. Unsur-unsur yang biasanya simetris adalah kursi, bentuk atap, koridor diantara bangku penonton, letak toilet, dan lain-lain.

Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta merupakan salah satu fasilitas olahraga yang dimiliki oleh Universitas Negeri Yogyakarta. Stadion biasa digunakan sebagai prasarana perkuliahan di Fakultas Ilmu Keolahragaan, akan tetapi pada kenyataannya Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta tidak hanya digunakan untuk prasarana perkuliahan. Stadion juga dapat digunakan oleh masyarakat untuk melakukan aktivitas olahraga. Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta merupakan stadion pertama di Yogyakarta yang memiliki lintasan atletik sintetis sebanyak 8 lintasan. Stadion dan lintasan atletik ini diresmikan pada tanggal 22 Januari 2008 oleh Presiden Republik Indonesia, Dr. H, Susilo Bambang Yudhoyono.

Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta biasa digunakan menjadi tempat pusat latihan tim Nasional Sepakbola Indonesia senior maupun junior. Pelayanan dan aktivitas yang ada di stadion seperti lapangan, *track* atletik sintetis, tribun penonton, bangku pemain, kamar mandi, dan ruang ganti, perlu ditingkatkan kembali guna untuk memberikan kepuasan kepada konsumen agar memberikan keuntungan sendiri bagi Universitas Negeri Yogyakarta. Apabila konsumen merasa puas, konsumen akan memberitahukan kepada pihak lain tentang pengalaman yang menyenangkan dari pelayanan tersebut.

Pada dasarnya pengertian kepuasan atau ketidakpuasan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan (J Supranto, 2011: 224). Apabila pelayanan yang dirasakan atau diterima sesuai dengan apa yang

diharapkan, maka kualitas pelayanan dapat diasumsikan memuaskan atau tidak memuaskan. Kepuasan pelanggan akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari perusahaan kepada pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan. Salah satu contoh yang diharapkan oleh konsumen adalah kebersihan kamar mandi akan tetapi pada kenyataannya kamar mandi yang disediakan sering kotor, jumlah kamar mandi yang tidak sebanding, dan ruang ganti yang masih kecil akan menimbulkan rasa mengecewakan atau menimbulkan rasa tidak puas. Melihat harga sewa yang cukup tinggi diharapkan pelayanan manajemen yang ada di stadion dapat lebih baik lagi.

Setiap konsumen mengharapkan fasilitas yang lengkap, pelayanan yang baik, dan harga yang terjangkau akan tetapi dalam kenyataan masih banyak pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan konsumen. Permasalahan ini ditemukan penulis ketika penulis melakukan observasi, penulis mengamati keadaan yang ada disekitar stadion termasuk mengamati faktor-faktor yang terkait dengan stadion sebagai sarana pelatihan bagi konsumen. Pada saat observasi penulis mendapati beberapa konsumen yang kecewa terhadap layanan stadion.

Pada dasarnya kepuasan/ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan, berarti bahwa kinerja suatu jasa atau barang sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan (J. Supranto, 2011: 224). Seperti seorang konsumen yang mengharapkan semua fasilitas siap digunakan pada saat waktu penyewaan. Kemudian apabila konsumen kehilangan sesuatu di area stadion petugas sigap untuk membantu

atau menambahkan fasilitas tempat penyimpanan. Dari hal ini dapat kita ketahui bahwa kepuasan seseorang itu sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan seseorang terhadap pelayanan antara lain: faktor harga, faktor emosi, faktor pelayanan, dan faktor kualitas produk.

Dengan melihat keempat faktor di atas maka perlu diadakan penelitian untuk mengetahui faktor mana yang paling dominan membuat konsumen merasa puas. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pemikiran dan pertimbangan apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga antara manajemen yang terlibat dapat memperbaiki fasilitas stadion sehingga pelanggan merasa lebih puas.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Setiap pelanggan mengharapkan fasilitas yang lengkap, pelayanan yang baik, dan harga yang terjangkau.
2. Belum diketahuinya tingkat pelayanan yang diberikan manajemen Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Belum diketahuinya faktor-faktor yang paling dominan membuat pelanggan merasa puas.
4. Belum diketahuinya tingkat kepuasan pelanggan Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta.

C. Batasan Masalah

Agar permasalahan dalam penilaian ini tidak menjadi luas, perlu adanya batasan-batasan sehingga ruang lingkup penelitian ini menjadi jelas. Berdasarkan latar belakang diatas dan mengingat terbatasnya kemampuan tenaga biaya dan waktu penelitian maka penelitian ini dibatasi pada Identifikasi Faktor kepuasan pelanggan Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut: “Bagaimanakah tingkat kepuasan pelanggan Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta?”

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta.

F. Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

1. Pengelola Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta:
 - a. Sebagai sumber informasi untuk menentukan strategi dalam mengelola stadion atletik dan sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta.
 - b. Sebagai bahan evaluasi strategi pengelolaan.

c. Mengetahui faktor dominan yang berhubungan dengan kepuasan konsumen.

2. Bagi Konsumen

Dapat merasakan dampak positif perubahan stadion atletik dan sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta dalam memberikan layanan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

3. Bagi Prodi Ilmu Keolahragaan

Penelitian ini bisa menjadi masukan dalam perkuliahan praktik manajemen olahraga.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan

Menurut J Supranto (2011: 224) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan, berarti bahwa kinerja suatu jasa atau barang sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Pelanggan yang merasa puas akan kembali membeli, dan mereka akan memberitahu yang lain tentang produk yang digunakan. Menurut Oliver yang dikutip J Supranto (2011: 233) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakannya dengan harapannya. Menurut Philip Kotler (2009: 177) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan, jika kinerja dibawah harapan pelanggan akan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan pelanggan akan puas, dan jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas atau senang.

Menurut Kotler (Lupiyoadi, 2008: 192) kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan. Menurut Howard dan Sheth (Tjiptono, 2004: 349) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan

kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan, dan menurut Kotler mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Tjiptono, 2004: 350).

Ada kesamaan diantara beberapa pengertian diatas, yakni menyangkut komponen kepuasan meliputi harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Umumnya harapan tentang apa yang diterima bila pelanggan tersebut menggunakan suatu produk berupa barang dan jasa, sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang dia terima setelah mengkonsumsi suatu produk yang dibeli. Karena dalam hal ini adalah Stadion, maka yang dimaksud barang dan jasa adalah fasilitas stadion dan pelayanan yang diberikan oleh manajemen stadion.

Jadi kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Dari beberapa definisi tentang kepuasan pelanggan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pelanggan menilai kepuasan atau ketidakpuasan mereka terhadap suatu produk dengan membandingkan kinerja yang mereka alami dengan suatu tingkat harapan sebagai acuan yang telah terdapat dalam benak atau pikiran mereka, kepuasan pelanggan dapat menjadi dasar menuju terwujudnya konsumen yang loyal atau setia. Apabila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Pelanggan yang

puas akan senang dan memberikan komentar-komentar yang baik terhadap pelayanan yang diberikan oleh manajemen stadion. Untuk menciptakan kepuasan tersebut, maka pengelolaan Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta harus terus ditingkatkan sehingga mampu memberikan pelayanan yang lebih baik lagi.

b. Mengukur Kepuasan Pelanggan

Pengukuran terhadap kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi setiap usaha. Hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Pada prinsipnya kepuasan dapat diukur dengan berbagai macam metode.

Alat-alat yang dapat digunakan setiap perusahaan untuk memantau dan mengukur kepuasan pelanggan beragam dari yang sederhana sampai yang canggih. Menurut Kotler yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2001: 34-35) perusahaan dapat menggunakan metode sebagai berikut:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Organisasi yang berwawasan pelanggan akan memudahkan pelanggannya memberikan saran dan keluhan. Dalam perusahaan hendaknya disediakan formulir yang isinya tentang apa yang disukai atau tidak disukai oleh pelanggan. Dapat juga dengan menyediakan kotak saran atau bahkan nomer telepon bebas pulsa

yang nantinya akan dapat menampung segala keluhan dari pelanggan. Arus informasi ini memberikan banyak gagasan yang baik dan memungkinkan perusahaan untuk bertindak cepat guna menyelesaikan masalah yang terjadi.

2. Suvei Kepuasan Pelanggan

Perusahaan yang responsif mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei berkala. Perusahaan mengirimkan daftar pertanyaan atau menelepon kelompok sampel acak dari pembeli terbaru mereka untuk mengetahui penilaian mereka terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan, misalnya:

- a. Menanyakan puas atau tidak.
- b. Harapan pelanggan tentang suatu atribut.
- c. Masalah-masalah yang dihadapi pelanggan.
- d. Saran dari pelanggan untuk memperbaiki kinerja perusahaan.
- e. Rangking berbagai elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

3. Belanja Siluman (*Ghost Shopping*)

Cara ini untuk mendapatkan gambaran tentang kepuasan pelanggan adalah memperkerjakan orang untuk berpura-pura menjadi pembeli dan melaporkan haal-hal yang positif (kekuatan) maupun hal-hal yang negatif (kelemahan) yang mereka alami waktu membeli produk perusahaan dan produk pesaing. Pembeli bayangan (*ghost shopper*) ini dapat juga berpura-pura membuat

masalah tertentu untuk menguji apakah karyawan atau perusahaan dapat menangani masalah tersebut dengan baik atau tidak.

4. Analisis Kehilangan Pelanggan (*lost costumer analysis*)

Perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang sudah tidak membeli lagi atau yang telah mengganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya. Fandi Tjiptono (2002: 148-149) menyatakan bahwa metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan adalah metode survai. Melalui metode survai ini, perusahaan jasa akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

1. Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan, contoh: Ungkapkan seberapa puas saudara terhadap pelayanan PT. Phirus Jaya dan skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas” (*directly reported satisfaction*).
2. Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan (*derifed dissatisfaction*).

3. Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan (*problem analysis*).
4. Responden diminta untuk merangking berbagai elemen/atribut dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu, responden juga diminta merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen/atribut tersebut.

c. Strategi Kepuasan Pelanggan

Strategi kepuasan pelanggan adalah serangkaian cara yang bertujuan untuk mencapai kepuasan *members*. Menurut Fandy Tjiptono (2000: 161), mengatakan bahwa ada enam strategi dalam meningkatkan kualitas pelanggan, antara lain :

- a. *Relationship marketing strategy* yaitu cara untuk menciptakan hubungan jangka panjang untuk mewujudkan kesetiaan pelanggan melalui kemitraan. Contohnya mengadakan kerja sama dengan sekolah-sekolah, klub-klub olahraga, dan KONI dengan terencana.
- b. *Superior costumer service strategy* yaitu menawarkan jasa yang lebih baik dibandingkan dengan jasa yang ditawarkan pesaing. Contohnya klinik kebugaran selain menawarkan senam aerobik, latihan beban, juga menawarkan terapi terhadap pasien stroke

maupun kelainan peanyakit.

- c. *Extra ordinay guarantes strategy* yaitu memberikan jaminan istimewa untuk mengatasi kerugian pelanggan. Contohnya para mahasiswa yang mengikuti pertandingan mendapatkan asuransi kecelakaan.
- d. *Costumer complain handling strategy* yaitu penanganan keluhan untuk merubah ketidakpuasan dan loyalitas pelanggan. Pada klub kebugaran ada penggung jawab khusus yang menangani permasalahan saat berlatih/menggunakan fasilitas klub kebugaran.
- e. *Service performance improvement strategy* yaitu perbaikan setiap dimensi kualitas jasa secara periodik dan terus menerus untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Contohnya gedung olahraga, peralatan, pelayanan terhadap atlet/*members*, serta keamanan.
- f. *Quality function deployment strategy* yaitu perancangan suatu proses sebagai respon terhadap kebutuhan dan tuntutan pelanggan. Klub dan perkumpulan olahraga harus selalu cepat dalam menanggapi kebutuhan dan tuntutan masyarakat, sehingga dapat memanfaatkan yang ada.

d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan sangat kompleks, diantaranya adalah harga, kenyamanan, pelayanan, lokasi, dan kualitas. Menurut Nasution (Wahyu Dwi Purwoko, 2010: 16), kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan untuk menjalin ikatan

hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan dapat memahami seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Permintaan suatu produk tertentu dipengaruhi oleh harga dari produk lain yang dapat dibeli konsumen, Swasta dan Irawan (Wahyu, 2010: 16). Menurut Irawan (Wahyu, 2010: 16) untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Akan tetapi komponen harga ini relative tidak penting bagi mereka yang tidak sensitive terhadap harga.

Lokasi lingkungan yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Lingkungan sekitar yang memudahkan akses menuju fasilitas dan akses ke fasilitas lain, serta kondisi lokasi lingkungan disekitar yang nyaman akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Handi Irawan (2003: 39), pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Dalam menentukan kepuasan konsumen ada empat faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Rambat Lupyoadi, 2001) antara lain :

1. Kualitas Produk

Menurut kotler & Amstrong (Sytisahdina.blogspot: 2010) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Definisi dari kualitas produk adalah mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya menurut Kotler dan Amstrong (Sytisahdina.blogspot: 2010).

Menurut Adam & Ebert (Sytisahdina.blogspot: 2010), menyatakan bahwa *"Quality is the customer's perception"*. Artinya bahwa pelanggan menilai baik buruknya kualitas suatu produk itu berdasarkan persepsinya. Suatu produk dikatakan berkualitas jika memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli. Kualitas ditentukan oleh pelanggan dan pengalaman mereka terhadap produk atau jasa. Adapun tujuan kualitas produk adalah sebagai berikut, Kotler (2002: 29):

- a. Mengusahakan agar barang hasil produksi dapat mencapai standar yang telah ditetapkan.
- b. Mengusahakan agar biaya inspeksi dapat menjadi sekecil mungkin.

- c. Mengusahakan agar biaya desain dari produksi tertentu menjadi sekecil mungkin.
- d. Mengusahakan agar biaya produksi dapat menjadi serendah mungkin.

Menurut Kotler (2003: 84) Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil/kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Sedangkan Gaspers (Umar Husain, 2003: 233), untuk menentukan kualitas produk, dapat dimasukkan ke dalam 8 (delapan) dimensi, yaitu:

- a) *Performance* (kinerja produk), hal ini berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.
- b) *Aesthetics* (estetika/keindahan produk), merupakan karakteristik yang bersifat subyektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual.
- c) *Special features* (fitur khusus), yaitu aspek performansi yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.

- d) *Conformance* (kesesuaian produk), hal ini berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.
- e) *Reliability* (kehandalan produk), hal ini yang berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.
- f) *Durability* (daya tahan), yaitu suatu refleksi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai barang.
- g) *Perceived Quality* (persepsi kualitas) , berkaitan dengan perasaan pelanggan mengenai keberadaan produk tersebut sebagai produk yang berkualitas.
- h) *Service ability* (kemampuan pelayanan), berkaitan dengan penanganan pelayanan purna jual, seperti penanganan keluhan yang ditujukan oleh pelanggan.

Persepsi pelanggan terhadap produk yang akan dibeli dapat juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan menurut Gasparisz (Nasution, 2005: 50) adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen/pemasok produk (perusahaan). Jika

pada saat itu kebutuhandan keinginan besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi.

2. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
3. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan itu. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan terutama pada produk-produk yang dirasakan berisiko tinggi.
4. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi pelanggan. Orang-orang dibagian penjualan dan periklanan seyogianya tidak membuat kampanye yang berlebihan melewati.

2. Harga

Menurut Y. Yamanto (Scribd: 2014), pengertian dari harga adalah: “Harga adalah jumlah uang (Kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh kombinasi produk dan pembayaran yang menyertai”. Jadi harga merupakan suatu imbalan yang harus dipenuhi setiap orang untuk mendapatkan sebuah atau sejumlah barang ataupun jasa pelayanan. Bagi suatu produk penetapan harga merupakan suatu hal yang penting. Harga erat kaitannya dengan masalah penetapan harga itu sendiri. Dalam penetapan harga, menurut Philip Kotler (1992: 256), ada enam langkah yaitu:

a. Memilih Sasaran Harga

Memilih sasaran harga yaitu memutuskan sasaran harga jika telah memilih pasar sasaran dan posisi pasar dengan cermat.

b. Menentukan Permintaan

Menentukan permintaan yaitu setiap harga yang ditentukan akan membawa kepada tingkat permintaan yang berbeda.

c. Memperkirakan Biaya

Memperkirakan biaya yaitu menetapkan harga yang dapat menutupi biayanya dalam menghasilkan, mendistribusikan dan menjual produk.

d. Menganalisa Penawaran

Menganalisa penawaran yaitu dengan mengetahui harga dan penawaran (produk) pesaing, maka dapat digunakan sebagai titik orientasi untuk menentukan harga produk yang ditawarkan.

f. Memilih Metode Suatu Metode Harga

Memilih metode suatu metode harga dengan memakai tiga metode seperti skedul permintaan konsumen, fungsi biaya, dan harga pesaing.

g. Memilih Harga

Untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk (Tjiptono, 2004: 59).

Menurut Handi Irawan (2002: 57-76) kualitas pelayanan jasa yang diciptakan perusahaan memiliki lima dimensi dalam pengukurannya, yaitu:

a) *Tangibility* (bukti fisik/bukti langsung)

Kualitas pelayanan merupakan kendali dari kepuasan pelanggan yang bersifat multidimensi. Berry dan Zeithalm dalam teorinya *Service Quality* (Handi Irawan, 2002: 57) mengatakan bahwa dalam kualitas pelayanan, dimensi

tangibility adalah faktor penting karena suatu pelayanan tidak bisa dilihat melainkan pelanggan bisa merasakan untuk menilai suatu kualitas. Dimensi bukti fisik tersebut mencakup kemutakhiran peralatan dan teknologi, kondisi sarana, kondisi SDM perusahaan dan keselarasan fasilitas fisik dengan jenis pelayanan yang ditawarkan.

b) *Reliability* (keandalan)

Dimensi keandalan yaitu dimensi yang mengukur aspek-aspek perusahaan dalam memberikan pelayanan pada pelanggan. Dalam dimensi keandalan ini, apakah pelayanan jasa yang diberikan telah sesuai dengan standar-standar umum bahkan standar Internasional yang telah dijanjikan atau sebaliknya. Dimensi keandalan tersebut mencakup kesesuaian pelayanan, kepedulian perusahaan terhadap permasalahan yang dihadapi oleh konsumen, keandalan penyampaian jasa sejak awal, ketepatan waktu pelayanan dan keakuratan dalam penanganan administrasi catatan atau dokumen.

c) *Responsiveness* (tanggapan)

Responsiveness adalah dimensi dari kualitas pelayanan yang paling dinamis. Harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan akan dapat dipastikan akan berubah dengan kecenderungan naik dari waktu ke waktu. Dalam dimensi

tanggapan ini, pelanggan sangat mengharapkan respon karyawan yang cepat untuk menanggapi dan mengatasi keluhan atas masalah yang diutarakannya. Dimensi tersebut mencakup kejelasan informasi waktu penyampaian jasa sejak awal, kesedian pegawai yang selalu membantu pelanggan, dan keluangan (ketersedian) waktu pegawai untuk menanggapi permintaan pelanggan.

d) *Assurance* (jaminan)

Assurance adalah jaminan yang diberikan oleh perusahaan berupa kemampuan sumber dayanya dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Dimensi tersebut mencakup kemampuan SDM, rasa aman selama berhubungan dengan pegawai, kesabaran pegawai, dan dukungan pemimpin perusahaan pada pegawai.

e) *Empathy* (empati)

Empathy berkaitan dengan kemudahan konsumen dalam mendapat pelayanan, keramahan dan komunikasi dengan pihak perusahaan. Dimensi *empathy* tersebut mencakup perhatian perusahaan pada konsumen, perhatian pegawai atau karyawan kepada konsumen, pemahaman pegawai akan kebutuhan konsumen, perhatian perusahaan terhadap kepentingan

konsumen dan kesesuaian jam kerja perusahaan dengan kesibukan konsumen.

4. Faktor Emosi.

Menurut Chaplin (Permanadewafpsi12.web: 2012) emosi adalah sebagai suatu keadaan yang terangsang dari organism mencakup perubahan-perubahan yang disadari, yang mendalam sifatnya dari perubahan perilaku. Perilaku tersebut pada umumnya disertai adanya ekspresi kejasmanian sehingga orang lain dapat mengetahui bahwa seseorang sedang mengalami emosi. Dapat disimpulkan bahwa emosi adalah suatu perasaan dan pikiran yang khas, suatu keadaan biologis dan psikologis dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak terhadap rangsangan dari luar dan dalam diri individu mencakup perubahan-perubahan yang disadari yang mendalam sifatnya, dan perubahan perilaku pada umumnya disertai adanya ekspresi kejasmanian.

Pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya *emosional value* yang diberikan oleh *brand* dari produk tersebut, Irawan (2004: 37). Menurut Descrates (Beajarsikologi.com: 2009), emosi terbagi atas: *Desire* (hasrat), *hate* (benci), *Sorrow* (sedih/duka), *Wonder* (heran), *Love* (cinta) dan *Joy* (kegembiraan).

Menurut Irawan (2004: 37), faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk, pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitasnya baik.
2. Harga, untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
3. *Service quality*, kepuasan terhadap pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan *driver* yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah *servqual*.
4. Emotional factor, Pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya *emosional value* yang diberikan oleh *brand* dari produk tersebut
5. Kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Menurut (Fandy Tjiptono, 2006: 61) faktor-faktor yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen atau pelanggan antara lain:

1. Produk

Layanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen. Produk dapat menciptakan kepuasan konsumen, dasar penilaian pelayanan terhadap produk ini meliputi: jenis produk, mutu atau kualitas produk dan persediaan produk.

2. Harga

Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Dasar penilaian terhadap harga meliputi: tingkat harga dan kesesuaian dengan nilai jual produk, variasi atau pilihan harga terhadap produk.

3. Promosi

Dasar penelitian promosi yang mengenai informasi produk dan jasa perusahaan dalam usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada konsumen sasaran. Penelitian dalam hal ini meliputi: iklan produk dan jasa, diskon barang dan pemberian hadiah-hadiah.

4. Lokasi

Tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen. Penilaian terhadap atribut perusahaan meliputi: lokasi perusahaan, kecepatan dan ketepatan dalam transportasi.

5. Pelayanan karyawan

Pelayanan karyawan merupakan pelayanan yang diberikan karyawan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam usaha memuaskan konsumen. Dasar penilaian pelayanan karyawan meliputi: kesopanan, keramahan, kecepatan dan ketepatan.

B. Penelitian yang Relevan

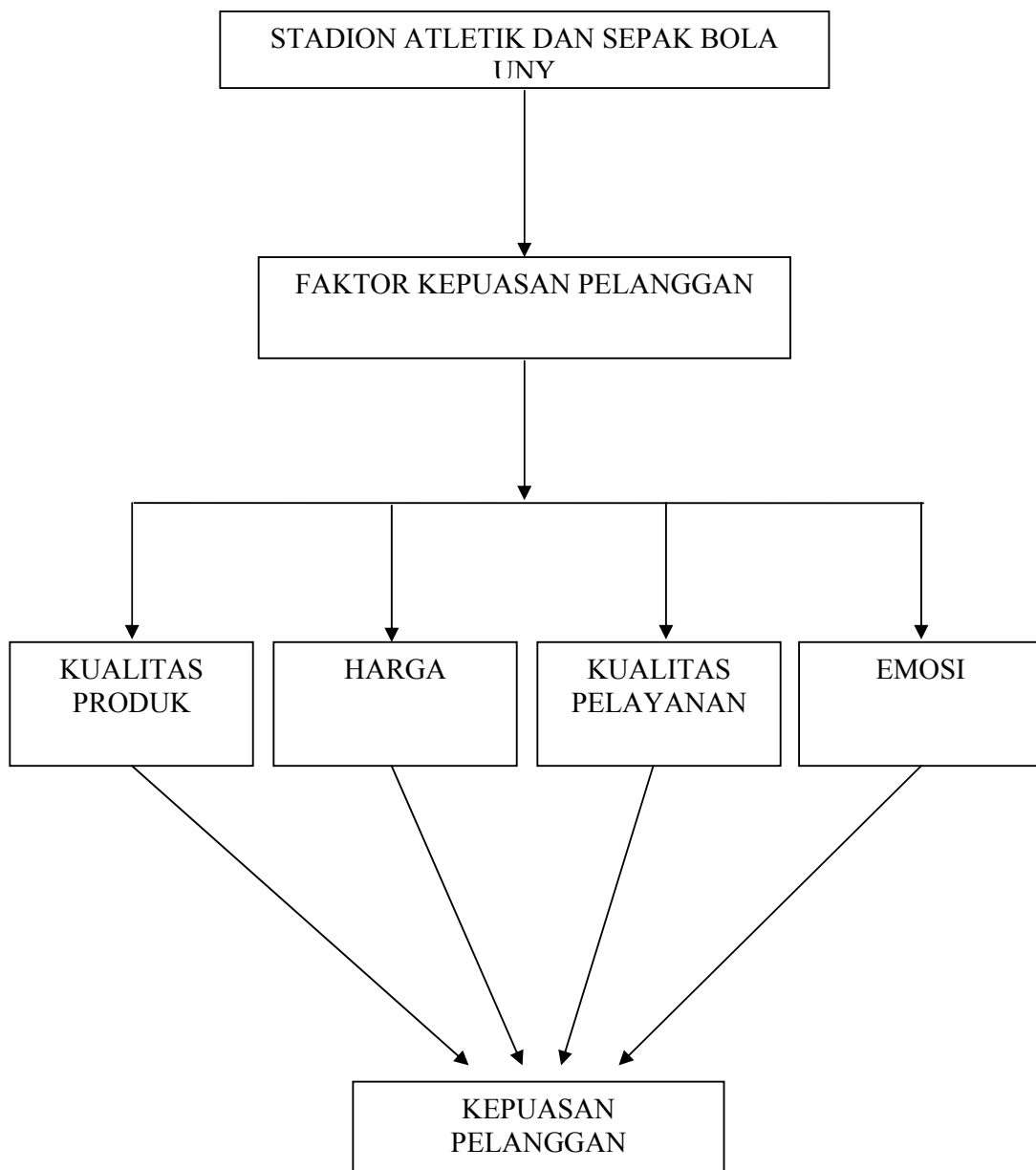
Penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Arif Budiarto (2000) dengan judul skripsi “Tingkat Kepuasan Anggota Klinik Kebugaran FIK UNY”. Dari 60 sampel yakni sampel 38 orang untuk putra dan 22 orang untuk putri. Menunjukkan bahwa rata-rata besarnya tingkat kepuasan anggota klinik kebugaran FIK UNY adalah 73,94% yang berarti memuaskan.

Penelitian Luh Putu Krisna Dewi (2010) Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, yang berjudul “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Produk L'OREAL PARIS*”. Dalam penelitiannya mencari pengaruh dari keempat hipotesis: 1. Pengaruh kualitas produk Terhadap kepuasan pelanggan, 2. Pengaruh kualitas pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan, 3. Pengaruh harga Terhadap kepuasan pelanggan, 4. Pengaruh promosi Terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa keempat hipotesis dapat diterima. Hasil ini adalah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Kualitas Produk L'OREAL PARIS, Kualitas Pelayanan L'OREAL PARIS, Harga Produk L'OREAL PARIS, dan Promosi Produk L'OREAL PARIS dengan kepuasan pelanggan L'OREAL PARIS. Hal ini dibuktikan dengan uji F dimana nilai signifikannya 0,000. Koefisien determinasi pada Kepuasan Pelanggan yang ditunjukkan oleh R garis Square adalah 0,87 yang berarti bahwa Kepuasan pelanggan 87% dipengaruhi oleh variable kualitas

produk, kualitas layanan, harga, dan promosi. Sedangkan 13% nya dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

C. Kerangka Berfikir



Pada kerangka berfikir diatas variabel kepuasan pelanggan dapat di identifikasikan dari faktor-faktor yang ada pada gambar, yang mana faktor-

faktor tersebut adalah kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan emosi. Sehingga jika faktor-faktor yang ada pada gambar diatas memiliki nilai yang besar, maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang menggunakan Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta akan merasa puas.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, penelitian yang menggambarkan atau memberikan penjelasan terhadap objek yang diteliti sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor identifikasi kepuasan pelanggan Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode survey dengan menggunakan angket.

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel tunggal yaitu kepuasan pelanggan. Menurut J. Supranto (2011: 233) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakannya dengan harapannya, sedangkan menurut Philip Kotler (2009: 177) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan, jika kinerja dibawah harapan pelanggan akan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan pelanggan akan puas, dan jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas atau senang. Untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan dapat menggunakan empat faktor penilaian, yaitu: kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan faktor emosi.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah tim nasional Indonesia U-23 yang sedang menjalani pemusatan latihan di Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta sebanyak 30 orang.

2. Sampel Penelitian

Sampel penelitian ini diambil dengan metode *non probability sampling* menggunakan teknik *accidental sampling*. Yang dimaksud dengan *accidental sampling* pada penelitian ini adalah pelanggan Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta yang kebetulan ada atau dijumpai pada saat pengambilan data. Pada saat pengambilan data kebetulan yang menggunakan Stadion Atletik dan Sepakbola adalah tim nasional Indonesia U-23.

D. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1. Instrumen Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto (2003: 134), instrument penelitian merupakan alat bantu untuk saran yang dapat diwujudkan dalam benda, misalnya angket, daftar cocok, lembar pengamatan dan lain sebagainya. Instrument dalam penelitian ini adalah berupa angket dan angket yang digunakan adalah angket tertutup. Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud supaya orang yang diberi tersebut bersedia untuk memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna (Arikunto, 2003: 136). Sedangkan menurut Cholid Narbuko (2010: 76), angket adalah suatu daftar berisikan rangkaian pertanyaan

mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Menurut Suharsimi Arikunto (2003: 137), angket tertutup merupakan angket yang telah disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden hanya memberikan tanda *checklist* (√) pada kolom atau tempat yang sesuai. Langkah-langkah yang harus ditempuh dalam penyusunan instrument adalah sebagai berikut (Suharsimi Arikunto, 2003: 178)

- a. Mengidentifikasi terhadap variabel-variabel yang ada di dalam rumusan judul penelitian atau yang tertera dalam masalah penelitian.
- b. Menjelaskan variabel tersebut menjadi sub variabel.
- c. Mengurutkan deskriptor dari setiap indikator.
- d. Merumuskan setiap deskriptor menjadi butir-butir instrumen.
- e. Melengkapi instrumen dengan pedoman atau instruksi dan kata pengantar.

Untuk memberikan gambaran mengenai angket yang digunakan dalam penelitian, berikut merupakan tabel penyusunan kisi-kisi instrumen.

Tabel 1: Kisi-kisi Penyusunan Angket Uji Coba

Variabel	Faktor	Indikator	Butir Pertanyaan	JML
Kepuasan Pelanggan	Kualitas Produk	1. <i>Performance</i> (Hasil)	1, 2, 3, 4 5, 6, 7, 8	4 4
		2. <i>Aesthetics</i> (Estetika)	9, 10, 11, 12, 13, 14, 15	7
		3. <i>Special features</i> (Fitur Khusus)	16, 17, 18, 19	4
		4. <i>Conformance</i> (Kesesuaian)	20, 21, 22, 23	4
		5. <i>Reliability</i> (Keandalan)	24, 25	2
		6. <i>Durability</i> (Daya Tahan)	26, 27, 28	3
		7. <i>Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas)	29, 30, 31	3
		8. <i>Service ability</i> (kemampuan Pelayanan)		
	Harga	1. Menentukan Permintaan	1, 2	2
		2. Memilih Sasaran Harga	3, 4, 5, 6	4
	<i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan)	1. <i>Tangibility</i> (Bukti Fisik/Bukti Langsung)	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8	8
		2. <i>Reliability</i> (Keandalan)	9, 10, 11, 12, 13, 14, 15,	7
		3. <i>Responsiveness</i> (Tanggapan)	16, 17, 18, 19	4
		4. <i>Assurance</i> (Jaminan dan Kepastian)	20, 21, 22, 23, 24, 25	6
		5. <i>Empathy</i> (Empati)	26, 27, 28, 29	4
	<i>Emotional Factor</i> (factor Emosi)	1. <i>Hate</i> (benci)	1, 2, 3, 4	4
2. <i>Sorrow</i> (sedih/duka)		5, 6, 7, 8, 9	5	
3. <i>Joy</i> (kegembiraan)		10, 11, 12, 13, 14	5	
JUMLAH				80

Tabel 2: Kisi-kisi Angket Penelitian

Variabel	Faktor	Indikator	Butir Pertanyaan	JML
Kepuasan Pelanggan	Kualitas Produk	1. <i>Performance</i> (Hasil)	1, 2, 3, 4	4
			5, 6, 7	3
		2. <i>Aesthetics</i> (Estetika)	8, 9, 10, 11, 12	5
		3. <i>Special features</i> (Fitur Khusus)	13, 14, 15	3
		4. <i>Conformance</i> (Kesesuaian)	16, 17, 18	3
		5. <i>Reliability</i> (Keandalan)	19	1
		6. <i>Durability</i> (Daya Tahan)	20, 21, 22	3
		7. <i>Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas)	23	1
		8. <i>Service ability</i> (kemampuan Pelayanan)		
	Harga	1. Menentukan Permintaan	1, 2	2
		2. Memilih Sasaran Harga	3, 4, 5, 6	4
	<i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan)	1. <i>Tangibility</i> (Bukti Langsung)	1, 2, 3, 4, 5	5
		2. <i>Reliability</i> (Keandalan)	6, 7, 8, 9, 10	5
		3. <i>Responsiveness</i> (Tanggapan)	11, 12, 13	3
		4. <i>Assurance</i> (Jaminan dan Kepastian)	14, 15, 16, 17	4
		5. <i>Empathy</i> (Empati)	18, 19, 20	3
	<i>Emotional Factor</i> (factor Emosi)	1. <i>Hate</i> (benci)	1, 2, 3	3
		2. <i>Sorrow</i> (sedih/duka)	4, 5, 6, 7, 8	5
JUMLAH				57

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket. Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan angket tertutup. Angket ini sudah disediakan jawabannya, sehingga responden tinggal memilih jawaban tersebut sesuai dengan tanggapannya, dengan memberikan tanda *chek list* (✓) pada kolom yang tersedia. Teknik ini sangat praktis karena responden hanya memilih derajat kesetujuan dengan menggunakan modifikasi dari skala Likert, yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tdak Setuju (STS). Bobot skor atau penilaian dari tiap kategori adalah sebagai berikut:

Sangat Setuju	: memiliki bobot skor 4
Setuju	: memiliki bobot skor 3
Tidak Setuju	: memiliki bobot skor 2
Sangat Tidak Setuju	: memiliki bobot skor 1

E. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2010 :172) validitas adalah instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang harus diukur. Validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti, sehingga dapat diperoleh data yang valid. Instrumen dikatakan valid bila mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dan mampu mengungkap data yang diteliti secara tepat. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah

teknik korelasi, yaitu dengan membandingkan hasil koefisien korelasi(r_{xy}) dengan r_{tabel} dengan jumlah sampel penelitian (N) sebanyak 30 responden maka dapat ditentukan besarnya r_{tabel} .

Sebelum dilakukan penelitian yang sesungguhnya, instrumen-instrumen penelitian di uji coba. Uji coba penelitian dilakukan dalam lingkup sampel kecil dengan total responden sebanyak 30 Responden, yang digunakan untuk uji coba adalah siswa sekolah sepakbola Real Madrid yang sedang berlatih di Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta. Jumlah pernyataan angket sebanyak 84 pernyataan.

Uji validitas dilakukan dengan pendekatan korelasi *product moment* antar masing-masing item yang mengukur suatu variabel dengan skor total variabel tersebut. Kriteria yang digunakan adalah bila nilai koefisien korelasi (r_{hitung}) bernilai positif dan lebih besar dari r_{tabel} , berarti item dinyatakan valid. Dengan $N = 30$ dan $\alpha = 0,05$ (uji dua sisi) diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,361.

1. Kualitas Produk

Kualitas produk diukur dengan 31 item pernyataan. Hasil pengujian validitas disajikan pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Item	Rhitung	rtabel	Keterangan
X1.1	0,667	0,361	Valid
X1.2	0,679	0,361	Valid
X1.3	0,610	0,361	Valid

X1.4	0,610	0,361	Valid
X1.5	0,610	0,361	Valid
X1.6	0,605	0,361	Valid
X1.7	0,716	0,361	Valid
X1.8	0,02	0,361	Tidak Valid
X1.9	0,610	0,361	Valid
X1.10	0,2	0,361	Tidak Valid
X1.11	0,2	0,361	Tidak Valid
X1.12	0,800	0,361	Valid
X1.13	0,495	0,361	Valid
X1.14	0,433	0,361	Valid
X1.15	0,676	0,361	Valid
X1.16	0,645	0,361	Valid
X1.17	0,621	0,361	Valid
X1.18	0,504	0,361	Valid
X1.19	0,28	0,361	Tidak Valid
X1.20	0,18	0,361	Tidak Valid
X1.21	0,432	0,361	Valid
X1.22	0,425	0,361	Valid
X1.23	0,406	0,361	Valid
X1.24	0,13	0,361	Tidak Valid
X1.25	0,579	0,361	Valid
X1.26	0,500	0,361	Valid
X1.27	0,701	0,361	Valid
X1.28	0,539	0,361	Valid
X1.29	0,614	0,361	Valid

X1.30	0,28	0,361	Tidak Valid
X1.31	0,18	0,361	Tidak Valid

Berdasarkan hasil uji coba validitas instrumen kualitas produk pada tabel 3, menunjukan bahwa ada 8 item pernyataan yang tidak valid. Pernyataan yang tidak valid tersebut mendapatkan koefisien korelasi antara 0,2-0,28, Sedangkan nilai koefisien korelasi yang valid berada antara 0,406-0,800.

2. Harga

Harga diukur dengan 6 item pernyataan. Hasil pengujian validitas disajikan pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Harga

Item	Rhitung	rtabel	Keterangan
X2.1	0,800	0,361	Valid
X2.2	0,930	0,361	Valid
X2.3	0,945	0,361	Valid
X2.4	0,945	0,361	Valid
X2.5	0,922	0,361	Valid
X2.6	0,901	0,361	Valid

Berdasarkan hasil uji coba validitas instrumen harga pada tabel 4, menunjukan bahwa semua item memiliki koefisien korelasi bernilai positif. Nilai koefisien korelasi tersebut berada antara 0,800-0,945.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan diukur dengan 29 item pernyataan. Hasil pengujian validitas disajikan pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Item	Rhitung	rtabel	Keterangan
X3.1	0,897	0,361	Valid
X3.2	0,2	0,361	Tidak Valid
X3.3	0,28	0,361	Tidak Valid
X3.4	0,28	0,361	Tidak Valid
X3.5	0,642	0,361	Valid
X3.6	0,864	0,361	Valid
X3.7	0,638	0,361	Valid
X3.8	0,618	0,361	Valid
X3.9	0,376	0,361	Valid
X3.10	0,943	0,361	Valid
X3.11	0,914	0,361	Valid
X3.12	0,885	0,361	Valid
X3.13	0,786	0,361	Valid
X3.14	-0,	0,361	Tidak Valid
X3.15	0,18	0,361	Tidak Valid
X3.16	0,934	0,361	Valid
X3.17	0,923	0,361	Valid
X3.18	0,774	0,361	Valid
X3.19	0,2	0,361	Tidak Valid
X3.20	0,603	0,361	Valid
X3.21	0,826	0,361	Valid
X3.22	0,759	0,361	Valid
X3.23	0,2	0,361	Tidak Valid

X3.24	0,18	0,361	Tidak Valid
X3.25	0,923	0,361	Valid
X3.26	0,884	0,361	Valid
X3.27	0,805	0,361	Valid
X3.28	0,822	0,361	Valid
X3.29	0,28	0,361	Tidak Valid

Berdasarkan hasil uji coba validitas instrumen kualitas pelayanan pada tabel 5, menunjukan bahwa ada 9 item pernyataan yang tidak valid. Pernyataan yang tidak valid tersebut mendapatkan koefisien korelasi antara 0,2-0,28, Sedangkan nilai koefisien korelasi yang valid berada antara 0,376-0,934.

4. Emosi

Harga diukur dengan 14 item pernyataan. Hasil pengujian validitas disajikan pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Item	Rhitung	rtabel	Keterangan
X4.1	0,922	0,361	Valid
X4.2	0,839	0,361	Valid
X4.3	0,18	0,361	Tidak Valid
X4.4	0,839	0,361	Valid
X4.5	0,409	0,361	Valid
X4.6	0,563	0,361	Valid
X4.7	0,765	0,361	Valid
X4.8	0,839	0,361	Valid

X4.9	0,899	0,361	Valid
X4.10	0,28	0,361	Tidak Valid
X4.11	0,18	0,361	Tidak Valid
X4.12	-0,1	0,361	Tidak Valid
X4.13	0,18	0,361	Tidak Valid
X4.14	0,28	0,361	Tidak Valid

Berdasarkan hasil uji coba validitas instrumen kualitas pelayanan pada tabel 6, menunjukan bahwa 6 item pernyataan yang tidak valid. Pernyataan yang tidak valid tersebut mendapatkan koefisien korelasi antara -0,1-0,28, Sedangkan nilai koefisien korelasi yang valid berada antara 0,409-0,922.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas diuji menggunakan *Interitem Consistency Reliability* yang digunakan untuk mengukur interkorelasi antar item, seberapa bagus item-item yang dipakai secara berhubungan satu sama lain. Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran dapat dipercaya atau dapat diandalkan dan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan alat ukur yang sama. Dalam mengukur reliabilitas alat pengukuran yang digunakan adalah Teknik *Alpha Cronbach*, dengan rumus sebagai berikut (Umar, 2002):

Keterangan:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right]$$

rtt = Reliabilitas instrument

σ^2 = variabel total

$\Sigma \sigma^2$ = Σ variabel butir

k = banyaknya butir pertanyaan atau Σ soal

Nunnally dalam Ghozali (2005:42) mengatakan bahwa suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai alpha cronbach (α) > 0,60. Untuk mengetahui hasil dari uji reliabilitas dapat dilihat didalam tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Kualitas Produk	0,943	$\geq 0,60$	Reliabel
Harga	0,929	$\geq 0,60$	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,929	$\geq 0,60$	Reliabel
Emosi	0,895	$\geq 0,60$	Reliabel

Hasil pengujian reliabilitas pada tabel 7, menunjukan bahwa nilai koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha masing-masing variabel besar dari 0,60 yang berarti reliabel. Nilai koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha yang diperoleh berkisar antara 0,895-0,943.

F. Teknik Analisis Data

Data akan dikategorikan menjadi empat kriteria dengan menggunakan dasar nilai *mean* dan standar deviasi. Pengkategorian data menggunakan kriteria sebagai berikut (Saefudin Anwar, 2008: 106-108):

1. Sangat Puas : $\chi \geq M + 1,5 \text{ SD}$
2. Puas : $M \leq \chi < M + 1,5 \text{ SD}$
3. Kurang Puas : $M - 1,5 \text{ SD} \leq \chi < M$
4. Tidak Puas : $M - 1,5 \text{ SD} \geq \chi$

Selanjutnya data akan dianalisis menggunakan presentase dengan rumus sebagai berikut (Anas Sudijono, 2006: 43):

$$P = F/N \times 100 \%$$

Keterangan:

P = Presentasi yang dicari

F = Frekuensi

N = Number of cases (jumlah individu)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskriptif Lokasi, Subjek, Waktu Penelitian, Data Penelitian

1. Deskripsi Lokasi

Penelitian ini dilakukan di Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta, yang beralamatkan di Jl. Colombo, Universitas Negeri Yogyakarta.

2. Deskripsi Subjek Penelitian

Subjek penelitian yang digunakan adalah Tim Nasional Indonesia U-23 yang sedang menjalani pemusatan latihan di Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta.

3. Deskriptif Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 14-28 Februari 2014 di Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta.

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Deskripsi Karakteristik Responden

a. Jenis kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase(%)
Pria	30	100,0
Jumlah	100,0	100,0

Sumber: data primer diolah, 2014

Berdasarkan Tabel 8, dapat dilihat bahwa mayoritas responden yaitu Pria sebanyak 30 orang (100,0%).

b. Usia

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan umur disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase(%)
12- 25 tahun	28	96,7
26 - 39 tahun	2	10,0
Jumlah	30	100,0

Sumber: data primer diolah, 2014

Berdasarkan Tabel 9, dapat dilihat bahwa mayoritas responden berumur 12 s/d 25 tahun yaitu sebanyak 28 orang (96,7%), dan diikuti umur 26 s/d 39 tahun sebanyak 2 orang (10,0%).

2. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam mendeskripsikan variabel penelitian, nilai rata-rata masing-masing responden pada masing-masing variabel dikategorisasikan dalam 4 (empat) kelas. Keempat kelas tersebut akan dijelaskan kedalam tabel-tabel berikut:

a. Kategori kualitas produk (X_1)

Tabel 10
Presentase Kualitas Produk

Skor	Kategori	Frekuensi	Prosentase
$x \geq M + 1,5 \text{ SD}$	Sangat Puas	0	0 %
$M \leq x < M + 1,5 \text{ SD}$	Puas	27	90 %
$M - 1,5 \text{ SD} \leq x < M$	Kurang Puas	3	10 %
$M - 1,5 \text{ SD} \geq x$	Tidak Puas	0	0 %
Jumlah		30	100%

Berdasarkan tabel 10 dapat diketahui bahwa 0 pelanggan (0%) menilai sangat puas, diikuti dengan 27 pelanggan (90%) menilai puas, 3 pelanggan (10%) menilai kurang puas dan 0 pelanggan (0%) menilai tidak puas. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek cenderung mempunyai persepsi bahwa kategori kepuasan **kualitas produk** bernilai **baik**.

b. Kategori harga (X_2)

Tabel 11
Presentase Harga

Skor	Kategori	Frekuensi	Prosentase
$x \geq M + 1,5 SD$	Sangat Puas	0	0 %
$M \leq x < M + 1,5 SD$	Puas	20	66,67 %
$M - 1,5 SD \leq x < M$	Kurang Puas	10	33,33 %
$M - 1,5 SD \geq x$	Tidak Puas	0	0 %
Jumlah		30	100%

Berdasarkan tabel 11 dapat diketahui bahwa 0 pelanggan (0%) menilai sangat puas, diikuti dengan 20 pelanggan (66,67%) menilai puas, 10 pelanggan (33,33%) menilai kurang puas dan 0 pelanggan (0%) menilai tidak puas. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek cenderung mempunyai persepsi bahwa kategori kepuasan **harga** bernilai **baik**.

c. Kategori Kualitas Pelayanan (X_3)

Tabel 12
Presentase Kualitas Pelayanan

Skor	Kategori	Frekuensi	Prosentase
$x \geq M + 1,5 SD$	Sangat Puas	0	0 %
$M \leq x < M + 1,5 SD$	Puas	22	73,34 %

$M - 1,5 SD \leq x < M$	Kurang Puas	8	26,66 %
$M - 1,5 SD \geq x$	Tidak Puas	0	0 %
Jumlah		30	100%

Berdasarkan tabel 12 dapat diketahui bahwa 0 pelanggan (0%) menilai sangat puas, diikuti dengan 22 pelanggan (73,34%) menilai puas, 8 pelanggan (26,66%) menilai kurang puas dan 0 pelanggan (0%) menilai tidak puas. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek cenderung mempunyai persepsi bahwa kategori kepuasan **kualitas pelayanan** bernilai **baik**.

d. Kategori Faktor Emosi (X_4)

Tabel 13
Presentase Emosi

Skor	Kategori	Frekuensi	Presentase
$x \geq M + 1,5 SD$	Sangat Puas	0	0 %
$M \leq x < M + 1,5 SD$	Puas	14	46,67 %
$M - 1,5 SD \leq x < M$	Kurang Puas	16	53,33 %
$M - 1,5 SD \geq x$	Tidak Puas	0	0 %
Jumlah		30	100%

Berdasarkan tabel 13 dapat diketahui bahwa 0 pelanggan (0%) menilai sangat puas, diikuti dengan 14 pelanggan (46,67%) menilai puas, 16 pelanggan (53,33%) menilai kurang puas dan 0 pelanggan (0%) menilai tidak puas. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek cenderung mempunyai persepsi bahwa kategori kepuasan **faktor emosi** bernilai **kurang baik**.

Berdasarkan dari 4 (empat) kelas kategori faktor yang mempengaruhi kepuasan, pelanggan yang menggunakan Stadion

Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta merasa puas. Dari 4 (empat) kategori tersebut sebagian besar pelanggan memberikan nilai baik kepada manajemen dan stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pada pembahasan bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yang pertama pelanggan Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta merasa puas terhadap sarana maupun prasarana yang ada distadion, yang kedua pelanggan Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta merasa puas dan memberikan nilai baik kepada pelayanan yang diberikan oleh pihak stadion, dan yang ketiga pelanggan Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta memberikan nilai baik terhadap manajemen stadion.

B. Saran

Dengan melihat kesimpulan yang ditarik dari bab IV, maka peneliti menyarankan kepada manajemen Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta agar dapat mempertahankan bahkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan melalui yang pertama manajemen diharapkan mampu meningkatkan kebersihan stadion, yang kedua manajemen dapat mempertahankan kekompakan kerja karyawan, dan yang ketiga manajemen stadion diharapkan lebih meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan agar pelanggan merasa lebih puas ketika menggunakan Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta.

C. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini diupayakan semaksimal mungkin sesuai dengan maksud dan tujuan peneliti. Namun demikian masih dirasakan adanya keterbatasan dan kelemahan yang tidak dapat dihindari antara lain:

1. Pengumpulan data dalam penelitian ini hanya didasarkan hasil isian angket sehingga dimungkinkan adanya unsure kurang objektif dalam proses pengisian seperti adanya saling bersamaan dalam pengisian angket. Selain itu dalam pengisian angket diperoleh adanya sifat responden yang kurang jujur dan ketakutan dalam menjawab pernyataan yang sebenarnya. Responden juga ketika menjawab pertanyaan tidak berfikir jernih (hanya asal selesai dan cepat) dikarenakan faktor waktu,

Faktor-faktor yang digunakan untuk mengetahui kepuasan pelanggan sangat terbatas dan kurang, sehingga perlu dilakukan penelitian lain yang lebih luas untuk mengungkap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif Budiarto (2000). *Tingkat Kepuasan Anggota Klinik Kebugaran FIK UNY. Skripsi.* FIK UNY
- Cholid Narbuko. (2010). *Metodologi Penelitian.* Jakarta: Bumi Aksara.
- Fandy Tjiptono. (2001). *Strategi Pemasaran.* Edisi Kedua. Cetakan Kelima. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fandy Tjiptono. (2002). *Manajemen Jasa.* Edisi Kedua. Cetakan Ketiga. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fandy Tjiptono. (2004). *Manajemen jasa.* Yogyakarta: Andi Offset
- Imam, Ghozali. (2005). *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”.* Universitas Diponogoro: Semarang
- Handi Irawan. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan.* Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Handi Irawan. (2004) *Kepuasan Pelayanan Jasa.* Jakarta: Erlangga.
- Haryanto. (2009). *Pengertian Emosi (online).* Belajarpsikologi.com. Diakses pada pukul 20.45 wib. Tanggal 27 september 2013.
- Husain, Umar. (2003). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- J Supranto. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar.* Cet 4. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler, Philip. (1992). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol.* Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran.* Edisi Millenium. Jakart: Pearson Education Asia Pte. Ltd dan PT. Prentihalindo.
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller: Benyamin Molan. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa.* Ed. 12. Jakarta: PT Macanan Jaya.
- Luh Putu Krisna Dewi. (2010). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Produk L'oreal Paris.* Skripsi. Semarang: UNDIP

- Martha Kusumah. (2010). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna Lapangan Bulu Tangkis Depok Sport Center*. Skripsi. Yogyakarta: UNY.
- Permana Dewa. (2012). *Definisi dan Teori Emosi (online)*. Permanadewafpsi12.web. Diakses pada pukul 03.19 wib. Tanggal 28 september 2013.
- Puput Sri Ardianti. (2014). *Menentukan Harga Dalam Marketing (online)*. www.scribd.com. Diakses pada pukul 01.23 wib. Tanggal 4 januari 2014.
- Rambat, Lupiyoadi dan Hamdani, A. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rambat Lupiyoadi, dan A. Hamdani. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saifudin Anwar. (2008). *Reliabilitas dan Validitas: Interpretasi dan Komputerisasi*. Liberty: Yogyakarta.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan keenam. CV. Alfabeta: Bandung.
- Suharsimi Arikunto. (2003). *Manajemen Penelitian*. Edisi Revisi V. Jakarta: Rineka Cipta.
- Siti Sahdina Lubis. (2010). *Dimensi Kualitas Produk (online)*. Sytisahdina.blogspot.com. diakses pada pukul 00.42 wib. Tanggal 26 september 2013.
- Tjiptono & Chandra. (2004). *Service Quality and Statisfaction*. Edisi I. Yogyakarta: Andi.
- Wahyu Dwi Purwoko. (2010). *“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Menggunakan Sarana Prasarana Pembelajaran Kolam Renang”*. Skripsi. Yogyakarta: UNY.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Angket Penelitian

Angket Penelitian

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin :
4. Pekerjaan :

B. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah setiap butir pertanyaan dengan benar dan seksama.
2. Berilah tanda centang (✓) pada salah satu jawaban sesuai dengan pilihan pada kolom jawaban yang tersedia.
3. Keterangan tentang jawaban

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

C. Contoh Pertanyaan Angket

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Jumlah fasilitas stadion sangat memadai	✓			

D. Angket

1. Kualitas Produk

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Fasilitas yang ada di stadion atletik dan sepakbola UNY sangat baik				
2	Fasilitas lapangan sepakbola yang ada di stadion sudah memadai				

3	Fasilitas lintasan trek atletik sintetis sudah memadai				
4	Kebersihan stadion atletik dan sepak bola UNY baik				
5	Lapangan sepakbola terawat dengan baik				
6	Lintasan trek atletik sintetis terawat dengan baik				
7	Rumput lapangan sepakbola distadion terawat dengan baik				
8	Loker (lemari penyimpanan) yang disediakan di stadion sudah cukup				
9	Ruang ganti yang disediakan sudah cukup memadai				
10	Stadion memberikan toleransi waktu selama 30 menit				
11	Disediakannya <i>starblock</i> dilintasan trek atletik sintetis				
12	Disediakannya perlengkapan lapangan sepak bola, seperti jaring gawang, bendera batas pojok lapangan, bola, dan lain-lain				
13	Lapangan sepakbola stadion sangat memuaskan				
14	Lintasan trek atletik sintetis stadion sangat memuaskan				
15	Iklan yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas yang ada distadion				
16	Bila lintasan atletik sintetis rusak langsung diperbaiki oleh karyawan stadion				
17	Perawatan fasilitas stadion dilakukan secara rutin				
18	Karyawan yang ditugaskan sesuai pada bidangnya				
19	Lintasan atletik sintetis terjaga perawatan dan kebersihannya				
20	Fasilitas yang ada distadion sudah terawat sebagai mana mestinya				
21	Stadion atletik dan sepakbola UNY merupakan stadion terbaik di Yogyakarta				

22	Fasilitas stadion sudah berstandar Nasional				
23	Karyawan stadion sudah menjalankan tugasnya dengan baik				

2. Harga

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Manajemen stadion memberikan harga khusus kepada pelanggannya				
2	Manajemen stadion memberikan harga khusus diakhir tahun				
3	Anda merasa bahwa harga sewa stadion sesuai dengan pelayanan yang diberikan				
4	Anda merasa bahwa harga sewa stadion sesuai dengan apa yang anda harapkan				
5	Harga yang ditentukan oleh manajemen stadion sudah sesuai				
6	Harga yang ditetapkan manajemen stadion lebih terjangkau dari stadion lain				

3. Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Karyawan yang ada distadion melayanani dengan senang hati				
2	Kebersihan wc sudah bersih				
3	Tempat mandi yang disediakan sudah memadai				
4	Peralatan pendukung lapangan sepakbola sangat memadai				
5	Karyawan stadion sudah cukup handal dalam menangani apa yang anda butuhkan?				
6	Petugas stadion sudah cukup handal dalam menangani kerusakan yang terjadi pada fasilitas stadion?				

7	Karyawan stadion selalu mengawasi pelanggan ketika menggunakan fasilitas lapangan sepakbola				
8	Karyawan stadion selalu mengawasi pelanggan ketika menggunakan fasilitas lintasan atletik sintetis				
9	Waktu buka stadion tepat waktunya				
10	Fasilitas lapangan sepakbola stadion banyak yang rusak				
11	Karyawan stadion sudah dengan ramah dan sopan melayani pelanggan				
12	Karyawan stadion sudah sangat siap untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan				
13	Karyawan stadion memberikan waktu luang untuk melayani pelanggan yang mengalami kesulitan ketika menggunakan sarana prasarana				
14	Manajemen stadion memberikan jaminan jika terjadi kehilangan ditempat penitipan (<i>loker</i>)				
15	Manajemen stadion memberikan jaminan keselamatan kepada pelanggan				
16	Manajemen stadion memberikan jaminan waktu pemakaian				
17	Manajemen maupun karyawan stadion memberikan perhatian kepada pelanggannya				
18	Karyawan stadion benar-benar memahami pelanggan dalam pelayanan				
19	Empati yang ditunjukkan manajemen stadion sudah baik				
20	Kualitas pelayanan stadion sesuai dengan yang diharapkan pelanggan				

4. Faktor Emosi

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Anda merasa pelayanan yang diberikan petugas tidak baik				

2	Anda merasa petugas tidak memperhatikan pelanggan				
3	Anda merasa kebersihan stadion tidak terjaga				
4	Fasilitas lapangan sepakbola di stadion tidak terjaga kebersihannya				
5	Fasilitas lintasan trek atletik sintetis di stadion tidak terjaga kebersihannya				
6	kebersihan tempat mandi tidak terjaga				
7	Kebersihan ruang ganti stadion tidak terjaga				
8	Kebersihan tribun stadion tidak terjaga				
9	Anda senang menggunakan stadion karena daya tanggap karyawan stadion baik				

Lampiran 2. Dokumentasi Uji Coba Angket





Lampiran 3. Uji Validitas

/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 X1.9 X1.10 X1.12 X1.13 X1.14 X1.15

X1.16 X1.17 X1.18 X1.21 X1.22 X1.24 X1.25 X1.26 X1.27 X1.28 X1.29 X1.30 X1.31 totX1

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	X1.21	X1.22	X1.23	X1.24	X1.25	X1.26	X1.27	X1.28	X1.29	X1.30	X1.31	totX1	
X1.1	Pearson Correlation	1	.542	.359	.571	.625	.502	.492	.0042	.463	-.113	.669	.447	.152	.454	.521	.275	.409	.299	.505	.244	-.075	.34	.408	.34	.271	.407	.044	-.061	.667
	Sig. (2-tailed)		0.002	0.051	0.001	0	0.005	0.006	0.824	0.01	0.553	0	0.013	0.423	0.012	0.003	0.142	0.025	0.109	0.004	0.194	0.695	0.066	0.025	0.066	0.148	0.026	0.818	0.748	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.542	1	.646	.481	.411	.279	.529	-.0089	.419	0.085	.539	.322	.489	.475	.706	.706	.378	.440	.432	.241	-.0198	.380	.261	.479	.0335	.401	-.0028	-.0116	.679
	Sig. (2-tailed)	0.002		0	0.007	0.024	0.135	0.003	0.642	0.021	0.657	0.002	0.083	0.006	0.008	0	0	0.039	0.015	0.017	0.2	0.295	0.038	0.163	0.007	0.07	0.028	0.884	0.542	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.359	.646	1	.343	.206	.408	.365	-.0104	.443	.0084	.520	.335	.455	.599	.455	.749	.307	.386	.175	.143	-.0089	.426	.141	.544	.452	.277	.0022	-.011	.610
	Sig. (2-tailed)	0.051	0		0.064	0.274	0.025	0.047	0.586	0.014	0.66	0.003	0.07	0.012	0	0.012	0	0.099	0.035	0.355	0.45	0.64	0.019	0.457	0.002	0.012	0.139	0.906	0.564	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.571	.481	.343	1	.461	.536	.579	.0085	.427	-.0134	.749	.379	.397	.435	.616	.506	.347	.31	.427	.352	-.0332	.259	.432	.379	.241	.029	-.0117	-.0323	.610
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.007	0.064		0.01	0.002	0.001	0.655	0.019	0.48	0	0.039	0.03	0.016	0	0.004	0.06	0.096	0.019	0.056	0.073	0.168	0.017	0.039	0.2	0.121	0.538	0.082	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.625	.411	.206	.461	1	.709	.524	-.0024	.443	.16	.624	.335	.161	.171	.602	.308	.420	.238	.175	.143	-.0089	.279	.259	.414	.194	.397	.0022	-.0031	.610
	Sig. (2-tailed)	0	0.024	0.274	0.01		0	0.003	0.9	0.014	0.399	0	0.07	0.394	0.366	0	0.097	0.021	0.206	0.355	0.45	0.64	0.136	0.167	0.023	0.305	0.03	0.906	0.869	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.502	.279	.408	.536	.709	1	.558	-.0028	.526	-.0056	.660	.390	.172	.312	.451	.312	.465	.198	.296	.153	-.0169	.386	.239	.509	.184	.461	-.0021	-.007	.605
	Sig. (2-tailed)	0.005	0.135	0.025	0.002	0		0.001	0.884	0.003	0.771	0	0.033	0.363	0.093	0.012	0.094	0.01	0.295	0.113	0.421	0.371	0.035	0.204	0.004	0.329	0.01	0.911	0.715	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.492	.529	.365	.579	.524	.558	1	.0056	.443	.16	.624	.335	.161	.385	.455	.455	.420	.386	.321	.143	-.0089	.572	.494	.544	.452	.517	-.0052	-.0031	.716
	Sig. (2-tailed)	0.006	0.003	0.047	0.001	0.003	0.001		0.77	0.014	0.399	0	0.07	0.394	0.036	0.012	0.012	0.021	0.035	0.084	0.45	0.64	0.001	0.006	0.002	0.012	0.003	0.783	0.869	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.042	-.0089	-.0104	.0085	-.0024	-.0028	.0056	1	.0002	.672	.0017	-.0231	-.0253	.0093	-.0106	-.0179	-.0325	-.418	-.0259	-.0225	.671	-.410	-.0209	-.023	-.0227	-.034	.741	.698	.0197
	Sig. (2-tailed)	0.824	0.642	0.586	0.655	0.9	0.884	0.77		0.993	0	0.927	0.22	0.177	0.624	0.578	0.343	0.079	0.022	0.167	0.233	0	0.024	0.268	0.222	0.227	0.066	0	0	0.297
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	.463	.419	.443	.427	.443	.526	.443	.0002	1	.0071	.652	.459	.327	.0296	.232	.422	.0199	.347	.024	.0121	-.0058	.34	.346	.381	.0294	.362	-.0034	-.0088	.610
	Sig. (2-tailed)	0.01	0.021	0.014	0.019	0.014	0.003	0.014	0.993		0.71	0	0.011	0.078	0.112	0.218	0.02	0.292	0.06	0.202	0.524	0.762	0.066	0.061	0.038	0.115	0.05	0.858	0.643	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.10	Pearson Correlation	-.0113	.0085	.0084	-.0134	.016	-.0056	.016	.672	.0071	1	-.0083	-.0066	-.0185	-.0075	-.0045	.0026	-.0278	-.0271	.555	-.0352	.598	-.0237	-.0222	-.0058	-.0031	-.0302	.471	.509	.0195
	Sig. (2-tailed)	0.553	0.657	0.66	0.48	0.399	0.771	0.399	0	0.71		0.662	0.731	0.326	0.693	0.815	0.892	0.137	0.148	0.001	0.057	0	0.207	0.238	0.761	0.871	0.105	0.009	0.004	0.302
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.12	Pearson Correlation	.669	.539	.520	.749	.624	.660	.624	.0017	.652	-.0083	1	.651	.513	.608	.609	.609	.372	.389	.414	.370	-.0175	.353	.488	.537	.339	.421	0	-.0171	.800
	Sig. (2-tailed)	0	0.002	0.003	0	0	0	0	0.927	0	0.662		0	0.004	0	0	0	0.043	0.033	0.023	0.044	0.355	0.056	0.006	0.002	0.067	0.021	1	0.366	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.13	Pearson Correlation	.447	.322	.335	.379	.335	.390	.335	-.0231	.459	-.0066	.651	1	.448	.536	.333	.333	.293	.279	.205	.397	-.0279	.356	.534	.486	.354	.348	-.031	-.404	.495
	Sig. (2-tailed)	0.013	0.083	0.07	0.039	0.037	0.033	0.07	0.22	0.011	0.731	0		0.013	0.002	0.072	0.072	0.116	0.136	0.277	0.03	0.136	0.054	0.002	0.006	0.055	0.059	0.095	0.027	0.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.14	Pearson Correlation	.152	.489	.455	.397	.161	.0172	.161	-.0253	.327	-.0185	.513	.448	1	.449	.593	.729	.305	.165	.144	.405	-.033	.357	.442	.487	.179	.308	-.027	-.0324	.433
	Sig. (2-tailed)	0.423	0.006	0.012	0.03	0.394	0.363	0.394	0.177	0.078	0.326	0.004	0.013		0.013	0.001	0	0.102	0.384	0.448	0.026	0.075	0.052	0.014	0.006	0.343	0.098	0.149	0.081	0.017
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.15	Pearson Correlation	.454	.475	.599	.435	.0171	.0312	.385	.0093	.0296	-.0075	.608	.536	.449	1	.449	.449	.337	.32	.367	.573	-.012	.343	.455	.500	.349	.400	.182	-.0007	.676
	Sig. (2-tailed)	0.012	0.008	0	0.016	0.366	0.093	0.036	0.624	0.112	0.693	0	0.002	0.013		0.013	0.013	0.069	0.084	0.046	0.001	0.527	0.064	0.012	0.005	0.059	0.028	0.336	0.971	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.16	Pearson Correlation	.521	.706	.455	.616	.602	.451	.455	-.0106	.232	-.0045	.609	.333	.593	.449	1	.729	.410	.302	.413	.405	-.0247	.357	.334	.607	.299	.308	-.0132	-.0251	.645
	Sig. (2-tailed)	0.003	0	0.012	0	0	0.012	0.012	0.578	0.218	0.815	0	0.072	0.001	0.013		0	0.025	0.105	0.023	0.026	0.188	0.052	0.072	0	0.109	0.098	0.488	0.181	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.17	Pearson Correlation	.275	.706	.749	.506	.308	.312	.455	-.0179	.422	.0026	.609	.333	.729	.449	.729	1	.2	.302	.144										

X1.18	Pearson Correlation	.409	.378	0.307	0.347	.420	.465	.420	-0.325	0.199	-0.278	.372	0.293	0.305	0.337	.410	0.2	1	.361	.501	.363	-0.319	.536	0.236	.537	.509	.749	-0.177	-0.146	.504
	Sig. (2-tailed)	0.025	0.039	0.099	0.06	0.021	0.01	0.021	0.079	0.292	0.137	0.043	0.116	0.102	0.069	0.025	0.29		0.05	0.005	0.048	0.086	0.002	0.21	0.002	0.004	0	0.35	0.442	0.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.21	Pearson Correlation	0.299	.440	.386	0.31	0.238	0.198	.386	-.418	0.347	-0.271	.389	0.279	0.165	0.32	0.302	0.302	.361	1	.600	0.268	-0.25	.522	.484	.412	.484	.405	-0.168	-0.278	.432
	Sig. (2-tailed)	0.109	0.015	0.035	0.096	0.206	0.295	0.035	0.022	0.06	0.148	0.033	0.136	0.384	0.084	0.105	0.105	0.05		0	0.152	0.183	0.003	0.007	0.024	0.007	0.026	0.374	0.136	0.017
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.22	Pearson Correlation	.505	.432	0.175	.427	0.175	0.296	0.321	-0.259	0.24	-.555	.414	0.205	0.144	.367	.413	0.144	.501	.600	1	.486	-0.327	.396	0.267	.412	0.356	.538	-0.124	-0.163	.425
	Sig. (2-tailed)	0.004	0.017	0.355	0.019	0.355	0.113	0.084	0.167	0.202	0.001	0.023	0.277	0.448	0.046	0.023	0.448	0.005	0		0.006	0.077	0.031	0.154	0.024	0.053	0.002	0.514	0.389	0.019
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.23	Pearson Correlation	0.244	0.241	0.143	0.352	0.143	0.153	0.143	-0.225	0.121	-0.352	.370	.397	.405	.573	.405	0.285	.363	0.268	.486	1	-0.292	0.317	.392	.538	0.265	.470	-0.117	-0.158	.406
	Sig. (2-tailed)	0.194	0.2	0.45	0.056	0.45	0.421	0.45	0.233	0.524	0.057	0.044	0.03	0.026	0.001	0.026	0.127	0.048	0.152	0.006		0.117	0.088	0.032	0.002	0.157	0.009	0.539	0.403	0.026
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.24	Pearson Correlation	-0.075	-0.198	-0.089	-0.332	-0.089	-0.169	-0.089	.671	-.0058	.598	-.0175	-0.279	-0.33	-0.12	-0.247	-0.165	-0.319	-0.25	-0.327	-0.292	1	-0.165	-0.198	-0.145	-0.073	-0.203	.757	.791	0.129
	Sig. (2-tailed)	0.695	0.295	0.64	0.073	0.64	0.371	0.64	0	0.762	0	0.355	0.136	0.075	0.527	0.188	0.384	0.086	0.183	0.077	0.117		0.384	0.294	0.443	0.703	0.283	0	0	0.498
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.25	Pearson Correlation	0.34	.380	.426	0.259	0.279	.386	.572	-.410	0.34	-0.237	0.353	0.356	0.357	0.343	0.357	.493	.536	.522	.396	0.317	-0.165	1	.646	.711	.657	.805	-0.215	-0.184	.579
	Sig. (2-tailed)	0.066	0.038	0.019	0.168	0.136	0.035	0.001	0.024	0.066	0.207	0.056	0.054	0.052	0.064	0.052	0.006	0.002	0.003	0.031	0.088	0.384		0	0	0	0.255	0.332	0.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.26	Pearson Correlation	.408	0.261	0.141	.432	0.259	0.239	.494	-.0209	0.346	-0.222	.488	.534	.442	.455	0.334	0.334	0.236	.484	0.267	.392	-0.198	.646	1	.429	.383	.434	-0.211	-0.306	.500
	Sig. (2-tailed)	0.025	0.163	0.457	0.017	0.167	0.204	0.006	0.268	0.061	0.238	0.006	0.002	0.014	0.012	0.072	0.072	0.21	0.007	0.154	0.032	0.294	0		0.018	0.037	0.017	0.263	0.1	0.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.27	Pearson Correlation	0.34	.479	.544	.379	.414	.509	.544	-0.23	.381	-0.058	.537	.486	.487	.500	.607	.607	.537	.412	.412	.538	-0.145	.711	.429	1	.527	.576	-0.171	-0.145	.701
	Sig. (2-tailed)	0.066	0.007	0.002	0.039	0.023	0.004	0.002	0.222	0.038	0.761	0.002	0.006	0.006	0.005	0	0	0.002	0.024	0.024	0.002	0.443	0	0.018		0.003	0.001	0.366	0.445	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.28	Pearson Correlation	0.271	0.335	.452	0.241	0.194	0.184	.452	-0.227	0.294	-0.031	0.339	0.354	0.179	0.349	0.299	.418	.509	.484	0.356	0.265	-0.073	.657	.383	.527	1	.539	-0.091	-0.128	.539
	Sig. (2-tailed)	0.148	0.07	0.012	0.2	0.305	0.329	0.012	0.227	0.115	0.871	0.067	0.055	0.343	0.059	0.109	0.021	0.004	0.007	0.053	0.157	0.703	0	0.037	0.003		0.002	0.631	0.502	0.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.29	Pearson Correlation	.407	.401	0.277	0.29	.397	.461	.517	-0.34	.362	-0.302	.421	0.348	0.308	.400	0.308	0.308	.749	.405	.538	.470	-0.203	.805	.434	.576	.539	1	-0.04	-0.004	.614
	Sig. (2-tailed)	0.026	0.028	0.139	0.121	0.03	0.01	0.003	0.066	0.05	0.105	0.021	0.059	0.098	0.028	0.098	0.098	0	0.026	0.002	0.009	0.283	0	0.017	0.001	0.002		0.835	0.983	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.30	Pearson Correlation	0.044	-0.028	0.022	-0.117	0.022	-0.021	-0.052	.741	-.0034	.471	0	-0.31	-0.27	0.182	-0.132	-0.132	-0.177	-0.168	-0.124	-0.117	.757	-0.215	-0.211	-0.171	-0.091	-0.04	1	.909	0.284
	Sig. (2-tailed)	0.818	0.884	0.906	0.538	0.906	0.911	0.783	0	0.858	0.009	1	0.095	0.149	0.336	0.488	0.488	0.35	0.374	0.514	0.539	0	0.255	0.263	0.366	0.631	0.835		0	0.128
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.31	Pearson Correlation	-0.061	-0.116	-0.11	-0.323	-0.031	-0.07	-0.031	.698	-.0088	.509	-0.171	-.404	-0.324	-0.007	-0.251	-0.251	-0.146	-0.278	-0.163	-0.158	.791	-0.184	-0.306	-0.145	-0.128	-0.004	.909	1	0.182
	Sig. (2-tailed)	0.748	0.542	0.564	0.082	0.869	0.715	0.869	0	0.643	0.004	0.366	0.027	0.081	0.971	0.181	0.181	0.442	0.136	0.389	0.403	0	0.332	0.1	0.445	0.502	0.983	0		0.337
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
totX1	Pearson Correlation	.667	.679	.610	.610	.610	.605	.716	0.197	.610	0.195	.800	.495	.433	.676	.645	.621	.504	.432	.425	.406	0.129	.579	.500	.701	.539	.614	0.284	0.182	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0	0.297	0	0.302	0	0.005	0.017	0	0	0	0.005	0.017	0.019	0.026	0.498	0.001	0.005	0	0.002	0	0.128	0.337	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30


```

/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 totX2
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	totX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.762**	.726**	.647**	.641**	.626**	.808**
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.762**	1	.904**	.827**	.785**	.783**	.930**
	Sig. (2-tailed)	0		0	0	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.726**	.904**	1	.870**	.829**	.823**	.945**
	Sig. (2-tailed)	0	0		0	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.647**	.827**	.870**	1	.959**	.855**	.945**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0		0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.641**	.785**	.829**	.959**	1	.823**	.922**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0		0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.626**	.783**	.823**	.855**	.823**	1	.901**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0		0
	N	30	30	30	30	30	30	30
totX2	Pearson Correlation	.808**	.930**	.945**	.945**	.922**	.901**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=X3.1 X3.5 X3.6 X3.7 X3.9 X3.10 X3.11 X3.12 X3.13 X3.14 X3.16

```

X3.17 X3.18 X3.20 X3.21 X3.22 X3.25 X3.26 X3.27 X3.28 totX3

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

		X3.1	X3.5	X3.6	X3.7	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	X3.13	X3.14	X3.16	X3.17	X3.18	X3.20	X3.21	X3.22	X3.25	X3.26	X3.27	X3.28	totX3
X3.1	Pearson Correlation	1	.712"	.841"	-.0218	0.304	.902"	.818"	.778"	.711"	-.464"	.880"	.844"	.593"	.442"	.746"	.599"	.807"	.775"	.723"	.747"	.897"
	Sig. (2-tailed)		0	0	0.247	0.102	0	0	0	0	0.01	0	0	0.001	0.014	0	0	0	0	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	.712"	1	.681"	-.0178	0.13	.562"	.490"	.551"	.436"	-.0338	.609"	.609"	.508"	0.342	.578"	0.313	.500"	.527"	.393"	.459"	.642"
	Sig. (2-tailed)	0		0	0.346	0.492	0.001	0.006	0.002	0.016	0.068	0	0	0.004	0.064	0.001	0.092	0.005	0.003	0.032	0.011	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.6	Pearson Correlation	.841"	.681"	1	-.0125	0.285	.797"	.794"	.826"	.625"	-.443"	.826"	.906"	.581"	.395"	.598"	.599"	.786"	.771"	.706"	.687"	.864"
	Sig. (2-tailed)	0	0		0.509	0.127	0	0	0	0	0.014	0	0	0.001	0.031	0	0	0	0	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.7	Pearson Correlation	-.0218	-.0178	-.0125	1	0.294	-.023	-.0155	-.013	-.0111	0.1	-.0241	-.0179	-.0103	-.011	-.362"	-.0005	-.0241	-.382"	-.0313	-.02	-.0165
	Sig. (2-tailed)	0.247	0.346	0.509		0.115	0.222	0.413	0.494	0.559	0.599	0.199	0.343	0.587	0.563	0.05	0.977	0.199	0.037	0.092	0.289	0.382
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.9	Pearson Correlation	0.304	0.13	0.285	0.294	1	0.338	.391"	0.328	.420"	-.0294	0.234	0.281	0.304	0.238	0.198	.412	0.281	0.178	0.055	0.142	.376"
	Sig. (2-tailed)	0.102	0.492	0.127	0.115		0.068	0.032	0.077	0.021	0.115	0.213	0.133	0.102	0.206	0.294	0.024	0.133	0.348	0.772	0.454	0.041
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.10	Pearson Correlation	.902"	.562"	.797"	-.023	0.338	1	.926"	.835"	.687"	-.0338	.900"	.859"	.639"	.431"	.796"	.616"	.940"	.874"	.842"	.839"	.943"
	Sig. (2-tailed)	0	0.001	0	0.222	0.068		0	0	0	0.068	0	0	0	0.017	0	0	0	0	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.11	Pearson Correlation	.818"	.490"	.794"	-.0155	.391"	.926"	1	.899"	.634"	-.0348	.833"	.833"	.665"	.447"	.740"	.683"	.874"	.782"	.747"	.775"	.914"
	Sig. (2-tailed)	0	0.006	0	0.413	0.032	0		0	0	0.06	0	0	0	0.013	0	0	0	0	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.12	Pearson Correlation	.778"	.551"	.826"	-.013	0.328	.835"	.899"	1	.601"	-.0316	.827"	.827"	.632"	.446"	.700"	.615"	.827"	.779"	.701"	.694"	.885"
	Sig. (2-tailed)	0	0.002	0	0.494	0.077	0	0		0	0.089	0	0	0	0.013	0	0	0	0	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.13	Pearson Correlation	.711"	.436"	.625"	-.0111	.420"	.687"	.634"	.601"	1	-.641"	.671"	.671"	.711"	.742"	.569"	.783"	.711"	.610"	.547"	.605"	.786"
	Sig. (2-tailed)	0	0.016	0	0.559	0.021	0	0	0		0	0	0	0	0	0.001	0	0	0	0.002	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.14	Pearson Correlation	-.464"	-.0338	-.443"	0.1	-.0294	-.0338	-.0348	-.0316	-.641"	1	-.0345	-.380"	-.398"	-.388"	-.0262	-.580"	-.380"	-.0258	-.0242	-.401"	-.407"
	Sig. (2-tailed)	0.01	0.068	0.014	0.599	0.115	0.068	0.06	0.089	0		0.062	0.038	0.029	0.034	0.162	0.001	0.038	0.169	0.198	0.028	0.026
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.16	Pearson Correlation	.880"	.609"	.826"	-.0241	0.234	.900"	.833"	.827"	.671"	-.0345	1	.921"	.697"	.400"	.847"	.635"	.882"	.854"	.831"	.781"	.934"
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0.199	0.213	0	0	0	0	0.062		0	0	0.029	0	0	0	0	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.17	Pearson Correlation	.844"	.609"	.906"	-.0179	0.281	.859"	.833"	.827"	.671"	-.380"	.921"	1	.624"	.433"	.780"	.670"	.882"	.817"	.784"	.742"	.923"
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0.343	0.133	0	0	0	0	0.038	0		0	0.017	0	0	0	0	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.18	Pearson Correlation	.593"	.508"	.581"	-.0103	0.304	.639"	.665"	.632"	.711"	-.398	.697"	.624"	1	.628"	.622"	.728"	.624"	.636"	.508"	.562"	.774"
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.004	0.001	0.587	0.102	0	0	0	0	0.029	0	0		0	0	0	0	0	0.004	0.001	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.20	Pearson Correlation	.442"	0.342	.395"	-.011	0.238	.431"	.447"	.446"	.742"	-.388	.400"	.433"	.628"	1	.480"	.785"	.433	.438	0.279	.385	.603"
	Sig. (2-tailed)	0.014	0.064	0.031	0.563	0.206	0.017	0.013	0.016	0	0.034	0.029	0.017	0		0.007	0	0.017	0.015	0.135	0.036	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.21	Pearson Correlation	.746"	.578"	.598"	-.362"	0.198	.796"	.740"	.700"	.569"	-.0262	.847"	.780"	.622"	.480"	1	.597"	.780"	.755"	.625"	.594"	.826"
	Sig. (2-tailed)	0	0.001	0	0.05	0.294	0	0	0	0.001	0.162	0	0	0	0.007		0	0	0	0	0.001	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.22	Pearson Correlation	.599"	0.313	.599"	-.0005	.412"	.616"	.683"	.615"	.783"	-.580"	.635"	.670"	.728"	.785"	.597"	1	.601"	.544"	.454"	.541"	.759"

	Sig. (2-tailed)	0	0.092	0	0.977	0.024	0	0	0	0	0.001	0	0	0	0	0	0	0.002	0.012	0.002	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X3.25	Pearson Correlation	.807"	.500"	.786"	-.241	0.281	.940"	.874"	.827"	.711"	-.380	.882"	.882"	.624"	.433	.780"	.601"	1	.892"	.877"	.861"	.923"
	Sig. (2-tailed)	0	0.005	0	0.199	0.133	0	0	0	0	0.038	0	0	0	0.017	0	0	0	0	0	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X3.26	Pearson Correlation	.775"	.527"	.771"	-.382	0.178	.874"	.782"	.779"	.610"	-0.258	.854"	.817"	.636"	.438	.755"	.544"	.892"	1	.859"	.832"	.884"
	Sig. (2-tailed)	0	0.003	0	0.037	0.348	0	0	0	0	0.169	0	0	0	0.015	0	0.002	0	0	0	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X3.27	Pearson Correlation	.723"	.393	.706"	-0.313	0.055	.842"	.747"	.701"	.547"	-0.242	.831"	.784"	.508"	0.279	.625"	.454	.877"	.859"	1	.901"	.805"
	Sig. (2-tailed)	0	0.032	0	0.092	0.772	0	0	0	0.002	0.198	0	0	0.004	0.135	0	0.012	0	0	0	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X3.28	Pearson Correlation	.747"	.459	.687"	-0.2	0.142	.839"	.775"	.694"	.605"	-.401	.781"	.742"	.562"	.385	.594"	.541"	.861"	.832"	.901"	1	.822"
	Sig. (2-tailed)	0	0.011	0	0.289	0.454	0	0	0	0	0.028	0	0	0.001	0.036	0.001	0.002	0	0	0	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
totX3	Pearson Correlation	.897"	.642"	.864"	-0.165	.376	.943"	.914"	.885"	.786"	-.407	.934"	.923"	.774"	.603	.826"	.759"	.923"	.884"	.805"	.822"	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0.382	0.041	0	0	0	0	0.026	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=X4.1 X4.2 X4.3 X4.4 X4.5 X4.6 X4.7 X4.8 X4.9 X4.12 totX4
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	X4.8	X4.9	X4.12	totX4
X4.1	Pearson Correlation	1	.897"	0.031	.820"	0.223	.409	.697"	.799"	.889"	-0.089	.922"
	Sig. (2-tailed)		0	0.871	0	0.236	0.025	0	0	0	0.638	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.2	Pearson Correlation	.897"	1	-0.141	.723"	0.079	0.308	.653"	.757"	.821"	0.077	.839"
	Sig. (2-tailed)	0		0.459	0	0.678	0.098	0	0	0	0.686	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.3	Pearson Correlation	0.031	-0.141	1	0.262	.491"	.361"	-0.169	-0.194	-0.092	-0.205	0.176
	Sig. (2-tailed)	0.871	0.459		0.161	0.006	0.05	0.373	0.305	0.628	0.278	0.352
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.4	Pearson Correlation	.820"	.723"	0.262	1	.383	.455"	.653"	.704"	.769"	-0.159	.893"
	Sig. (2-tailed)	0	0	0.161		0.037	0.012	0	0	0	0.4	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.5	Pearson Correlation	0.223	0.079	.491"	.383	1	0.177	0.148	0.172	0.186	-0.105	.409
	Sig. (2-tailed)	0.236	0.678	0.006	0.037		0.348	0.435	0.364	0.324	0.582	0.025
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.6	Pearson Correlation	.409	0.308	.361"	.455"	0.177	1	0.28	0.254	.404	-0.063	.563"
	Sig. (2-tailed)	0.025	0.098	0.05	0.012	0.348		0.134	0.175	0.027	0.742	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.7	Pearson Correlation	.697"	.653"	-0.169	.653"	0.148	0.28	1	.781"	.777"	-0.228	.765"
	Sig. (2-tailed)	0	0	0.373	0	0.435	0.134		0	0	0.225	0

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.8	Pearson Correlation	.799**	.757**	-.0194	.704**	0.172	0.254	.781**	1	.877**	-.0054	.838**	
	Sig. (2-tailed)	0	0	0.305	0	0.364	0.175	0		0	0.777	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X4.9	Pearson Correlation	.889**	.821**	-.0092	.769**	0.186	.404*	.777**	.877**	1	-.0194	.899**	
	Sig. (2-tailed)	0	0	0.628	0	0.324	0.027	0	0		0.303	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X4.12	Pearson Correlation	-0.089	0.077	-.0205	-.0159	-.0105	-.0063	-.0228	-.0054	-.0194	1	-.0061	
	Sig. (2-tailed)	0.638	0.686	0.278	0.4	0.582	0.742	0.225	0.777	0.303		0.751	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
totX4	Pearson Correlation	.922**	.839**	0.176	.893**	.409*	.563**	.765**	.838**	.899**	-.0061	1	
	Sig. (2-tailed)	0	0	0.352	0	0.025	0.001	0	0	0	0.751		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 4. Data Responden

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 X1.9 X1.10 X1.11 X1.12 X1.13 X1.14 X1.15
X1.16 X1.17 X1.18 X1.19 X1.20 X1.21 X1.22 X1.23 X1.24 totX1
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13
X1.1	Pearson Correlation	1	.799**	.522**	.818**	.572**	.483**	.404*	.665**	.396*	.417*	.386*	.864**	.731**
	Sig. (2-tailed)		0	0.003	0	0.001	0.007	0.027	0	0.031	0.022	0.035	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.799**	1	.755**	.709**	.537**	.490**	.537**	.524**	.526**	.629**	.524**	.799**	.714**
	Sig. (2-tailed)	0		0	0	0.002	0.006	0.002	0.003	0.003	0	0.003	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.522**	.755**	1	.491**	.612**	.628**	.442*	0.339	0.327	.380*	0.339	.659**	.791**
	Sig. (2-tailed)	0.003	0		0.006	0	0	0.014	0.067	0.077	0.038	0.067	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.818**	.709**	.491**	1	.468**	.480**	.468**	.813**	0.161	.539**	0.259	.818**	.712**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0.006		0.009	0.007	0.009	0	0.396	0.002	0.167	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.572**	.537**	.612**	.468**	1	.898**	.583**	.380*	0.312	0.155	0.035	.572**	.657**
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.002	0	0.009		0	0.001	0.038	0.093	0.413	0.856	0.001	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.483**	.490**	.628**	.480**	.898**	1	.769**	.390*	0.343	0.223	0.177	.587**	.674**
	Sig. (2-tailed)	0.007	0.006	0	0.007	0		0	0.033	0.064	0.237	0.348	0.001	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.404*	.537**	.442*	.468**	.583**	.769**	1	.380*	0.312	.465**	.380*	.404*	.657**
	Sig. (2-tailed)	0.027	0.002	0.014	0.009	0.001	0		0.038	0.093	0.01	0.038	0.027	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.665**	.524**	0.339	.813**	.380*	.390*	.380*	1	0.111	.686**	.426*	.665**	.579**
	Sig. (2-tailed)	0	0.003	0.067	0	0.038	0.033	0.038		0.56	0	0.019	0	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	.396*	.526**	0.327	0.161	0.312	0.343	0.312	0.111	1	0.331	.481**	.396*	0.166
	Sig. (2-tailed)	0.031	0.003	0.077	0.396	0.093	0.064	0.093	0.56		0.074	0.007	0.031	0.38
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.10	Pearson Correlation	.417*	.629**	.380*	.539**	0.155	0.223	.465**	.686**	0.331	1	.686**	.417*	0.343

	Sig. (2-tailed)	0.022	0	0.038	0.002	0.413	0.237	0.01	0	0.074		0	0.022	0.063
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.11	Pearson Correlation	.386*	.524**	0.339	0.259	0.035	0.177	.380*	.426**	.481**	.686**	1	.386*	0.292
	Sig. (2-tailed)	0.035	0.003	0.067	0.167	0.856	0.348	0.038	0.019	0.007	0		0.035	0.118
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.12	Pearson Correlation	.864**	.799**	.659**	.818**	.572**	.587**	.404*	.665**	.396*	.417*	.386*	1	.731**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0.001	0.001	0.027	0	0.031	0.022	0.035		0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.13	Pearson Correlation	.731**	.714**	.791**	.712**	.657**	.674**	.657**	.579**	0.166	0.343	0.292	.731**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0	0.001	0.38	0.063	0.118	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.14	Pearson Correlation	.818**	.949**	.764**	.732**	.468**	.480**	.468**	.536**	.518**	.539**	.536**	.818**	.712**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0.009	0.007	0.009	0.002	0.003	0.002	0.002	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.15	Pearson Correlation	.471**	.418*	0.136	.401*	0	-0.103	0	0.208	-0.089	0	0.208	.471**	0.346
	Sig. (2-tailed)	0.009	0.022	0.473	0.028	1	0.59	1	0.271	0.64	1	0.271	0.009	0.061
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.16	Pearson Correlation	.509**	.426*	0.2	.589**	.385*	0.323	.385*	.697**	-0.075	.521**	.407*	.509**	.465**
	Sig. (2-tailed)	0.004	0.019	0.289	0.001	0.036	0.081	0.036	0	0.694	0.003	0.026	0.004	0.01
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.17	Pearson Correlation	.530**	.606**	0.327	0.339	0.033	-0.171	-0.134	0.157	0.107	0.207	0.157	.396*	0.259
	Sig. (2-tailed)	0.003	0	0.077	0.067	0.861	0.365	0.481	0.407	0.573	0.272	0.407	0.031	0.167
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.18	Pearson Correlation	.548**	.470**	0.218	.464**	0.134	0.274	.468**	0.259	0.161	0.29	.536**	.548**	.434**
	Sig. (2-tailed)	0.002	0.009	0.247	0.01	0.481	0.143	0.009	0.167	0.396	0.12	0.002	0.002	0.016
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.19	Pearson Correlation	.665**	.606**	0.327	.607**	0.2	0.343	.535**	.434*	.375*	.456*	.712**	.665**	.536**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0.077	0	0.288	0.064	0.002	0.016	0.041	0.011	0	0	0.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.20	Pearson Correlation	.667**	.629**	.380*	.539**	.465**	.414*	.465**	.686**	0.331	.538**	.686**	.667**	.601**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0.038	0.002	0.01	0.023	0.01	0	0.074	0.002	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.21	Pearson Correlation	.825**	.660**	.370*	.716**	.497**	.576**	.497**	.544**	.381*	0.348	.365*	.825**	.532**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0.044	0	0.005	0.001	0.005	0.002	0.038	0.059	0.048	0	0.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.22	Pearson Correlation	.515**	.475**	0.276	.397*	.364*	0.32	.364*	0.184	-0.014	0.097	0.184	.515**	.465**
	Sig. (2-tailed)	0.004	0.008	0.139	0.03	0.048	0.084	0.048	0.331	0.942	0.611	0.331	0.004	0.01
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

X1.23	Pearson Correlation	.443 [*]	.521 ^{**}	.531 ^{**}	0.292	0.209	0.167	0.093	0.051	0.236	0.144	0.051	.537 ^{**}	.430 [*]
	Sig. (2-tailed)	0.014	0.003	0.003	0.118	0.268	0.379	0.626	0.787	0.21	0.448	0.787	0.002	0.018
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.24	Pearson Correlation	0.327	.453 [*]	0.315	0.135	0.267	0.213	0.267	-0.181	0.301	-0.037	0.066	0.327	0.304
	Sig. (2-tailed)	0.077	0.012	0.09	0.478	0.154	0.258	0.154	0.34	0.106	0.847	0.73	0.077	0.103
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
totX1	Pearson Correlation	.873 ^{**}	.897 ^{**}	.673 ^{**}	.775 ^{**}	.592 ^{**}	.603 ^{**}	.611 ^{**}	.620 ^{**}	.453 [*]	.558 ^{**}	.558 ^{**}	.889 ^{**}	.784 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0.001	0	0	0	0.012	0.001	0.001	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

		X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	X1.19	X1.20	X1.21	X1.22	X1.23	X1.24	totX1
X1.1	Pearson Correlation	.818 ^{**}	.471 ^{**}	.509 ^{**}	.530 ^{**}	.548 ^{**}	.665 ^{**}	.667 ^{**}	.825 ^{**}	.515 ^{**}	.443 [*]	0.327	.873 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0	0.009	0.004	0.003	0.002	0	0	0	0.004	0.014	0.077	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.949 ^{**}	.418 [*]	.426 [*]	.606 ^{**}	.470 ^{**}	.606 ^{**}	.629 ^{**}	.660 ^{**}	.475 ^{**}	.521 ^{**}	.453 [*]	.897 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0	0.022	0.019	0	0.009	0	0	0	0.008	0.003	0.012	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.764 ^{**}	0.136	0.2	0.327	0.218	0.327	.380 [*]	.370 [*]	0.276	.531 ^{**}	0.315	.673 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0	0.473	0.289	0.077	0.247	0.077	0.038	0.044	0.139	0.003	0.09	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.732 ^{**}	.401 [*]	.589 ^{**}	0.339	.464 ^{**}	.607 ^{**}	.539 ^{**}	.716 ^{**}	.397 [*]	0.292	0.135	.775 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0	0.028	0.001	0.067	0.01	0	0.002	0	0.03	0.118	0.478	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.468 ^{**}	0	.385 [*]	0.033	0.134	0.2	.465 ^{**}	.497 ^{**}	.364 [*]	0.209	0.267	.592 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.009	1	0.036	0.861	0.481	0.288	0.01	0.005	0.048	0.268	0.154	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.480 ^{**}	-0.103	0.323	-0.171	0.274	0.343	.414 [*]	.576 ^{**}	0.32	0.167	0.213	.603 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.007	0.59	0.081	0.365	0.143	0.064	0.023	0.001	0.084	0.379	0.258	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.468 ^{**}	0	.385 [*]	-0.134	.468 ^{**}	.535 ^{**}	.465 ^{**}	.497 ^{**}	.364 [*]	0.093	0.267	.611 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.009	1	0.036	0.481	0.009	0.002	0.01	0.005	0.048	0.626	0.154	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.536 ^{**}	0.208	.697 ^{**}	0.157	0.259	.434 [*]	.686 ^{**}	.544 ^{**}	0.184	0.051	-0.181	.620 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.002	0.271	0	0.407	0.167	0.016	0	0.002	0.331	0.787	0.34	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	.518 ^{**}	-0.089	-0.075	0.107	0.161	.375 [*]	0.331	.381 [*]	-0.014	0.236	0.301	.453 [*]

[illegible]

X1.22	Pearson Correlation	.397 [*]	.781 ^{**}	.678 ^{**}	.543 ^{**}	.814 ^{**}	.543 ^{**}	.484 ^{**}	.648 ^{**}	1	.638 ^{**}	.816 ^{**}	.706 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.03	0	0	0.002	0	0.002	0.007	0		0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.23	Pearson Correlation	.478 ^{**}	.464 ^{**}	0.215	.639 ^{**}	.478 ^{**}	0.267	0.144	.477 ^{**}	.638 ^{**}	1	.782 ^{**}	.589 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.008	0.01	0.255	0	0.008	0.154	0.448	0.008	0		0	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.24	Pearson Correlation	.373 [*]	.593 ^{**}	0.274	.579 ^{**}	.611 ^{**}	0.341	0.184	.456 [*]	.816 ^{**}	.782 ^{**}	1	.558 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.043	0.001	0.143	0.001	0	0.065	0.33	0.011	0	0		0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
totX1	Pearson Correlation	.866 ^{**}	.552 ^{**}	.654 ^{**}	.513 ^{**}	.730 ^{**}	.771 ^{**}	.755 ^{**}	.842 ^{**}	.706 ^{**}	.589 ^{**}	.558 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	0	0.002	0	0.004	0	0	0	0	0	0.001	0.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

CORRELATIONS

/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 totX2

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	totX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.558 ^{**}	.449 [*]	-0.07	0.031	0.313	.504 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		0.001	0.013	0.714	0.869	0.092	0.004
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.558 ^{**}	1	.829 ^{**}	.393 [*]	.632 ^{**}	.622 ^{**}	.859 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.001		0	0.032	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.449 [*]	.829 ^{**}	1	.748 ^{**}	.799 ^{**}	.800 ^{**}	.968 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.013	0		0	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	-0.07	.393 [*]	.748 ^{**}	1	.934 ^{**}	.681 ^{**}	.743 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.714	0.032	0		0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	0.031	.632 ^{**}	.799 ^{**}	.934 ^{**}	1	.703 ^{**}	.836 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.869	0	0	0		0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30

X3.6	Pearson Correlation	.545**	.782**	.387*	0.311	.755**	1	.735**	.849**	.818**	0.273
	Sig. (2-tailed)	0.002	0	0.034	0.094	0		0	0	0	0.145
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.7	Pearson Correlation	.412*	.640**	.571**	0.044	.691**	.735**	1	.696**	.674**	0.029
	Sig. (2-tailed)	0.024	0	0.001	0.819	0	0		0	0	0.878
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.8	Pearson Correlation	.581**	.628**	0.265	.436*	.631**	.849**	.696**	1	.819**	.385*
	Sig. (2-tailed)	0.001	0	0.156	0.016	0	0	0		0	0.036
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.9	Pearson Correlation	.502**	.488**	0.139	.532**	.434*	.818**	.674**	.819**	1	0.224
	Sig. (2-tailed)	0.005	0.006	0.464	0.002	0.017	0	0	0		0.233
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.10	Pearson Correlation	0.329	0.07	.416*	.380*	0.238	0.273	0.029	.385*	0.224	1
	Sig. (2-tailed)	0.076	0.714	0.022	0.038	0.206	0.145	0.878	0.036	0.233	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.11	Pearson Correlation	0.209	-0.155	0.217	.394*	0.245	0.148	-0.166	0.268	0.025	.881**
	Sig. (2-tailed)	0.267	0.414	0.25	0.031	0.192	0.435	0.38	0.152	0.895	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.12	Pearson Correlation	.751**	.794**	0.183	.366*	.405*	.741**	.539**	.550**	.671**	0.134
	Sig. (2-tailed)	0	0	0.334	0.046	0.026	0	0.002	0.002	0	0.48
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.13	Pearson Correlation	-.643**	-.553**	-0.076	-.499**	-.456*	-.656**	-.465**	-.640**	-.614**	-0.223
	Sig. (2-tailed)	0	0.002	0.69	0.005	0.011	0	0.01	0	0	0.236
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.14	Pearson Correlation	0.043	0.093	0.203	0.319	0.126	.385*	0.022	.495**	.370*	.565**
	Sig. (2-tailed)	0.822	0.624	0.282	0.086	0.509	0.036	0.907	0.005	0.044	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.15	Pearson Correlation	.536**	0.257	0.13	.527**	0.112	0.319	0.089	0.091	.376*	.420*
	Sig. (2-tailed)	0.002	0.171	0.493	0.003	0.555	0.086	0.641	0.634	0.041	0.021
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.16	Pearson Correlation	-0.093	-0.051	.656**	-0.009	0.332	0.093	0.047	-0.02	-0.175	.624**
	Sig. (2-tailed)	0.625	0.788	0	0.961	0.073	0.624	0.807	0.915	0.356	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.17	Pearson Correlation	.449*	.609**	.751**	-0.074	.627**	.552**	.735**	0.36	0.269	0.241

[illegible][illegible]

X3.8	Pearson Correlation	0.268	.550**	-.640**	.495**	0.091	-0.02	0.36	.546**	0.194	.763**
	Sig. (2-tailed)	0.152	0.002	0	0.005	0.634	0.915	0.051	0.002	0.305	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.9	Pearson Correlation	0.025	.671**	-.614**	.370*	.376*	-0.175	0.269	.896**	.494**	.728**
	Sig. (2-tailed)	0.895	0	0	0.044	0.041	0.356	0.151	0	0.006	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.10	Pearson Correlation	.881**	0.134	-0.223	.565**	.420*	.624**	0.241	0.019	0.279	.593**
	Sig. (2-tailed)	0	0.48	0.236	0.001	0.021	0	0.2	0.92	0.135	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.11	Pearson Correlation	1	-0.099	-0.096	.514**	0.202	.597**	0.08	-0.193	0.101	.402*
	Sig. (2-tailed)		0.602	0.612	0.004	0.285	0	0.673	0.307	0.596	0.028
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.12	Pearson Correlation	-0.099	1	-.661**	0.102	.697**	-0.115	.577**	.576**	.367*	.688**
	Sig. (2-tailed)	0.602		0	0.59	0	0.546	0.001	0.001	0.046	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.13	Pearson Correlation	-0.096	-.661**	1	-0.282	-.441*	-0.038	-0.356	-.396*	-0.27	-.581**
	Sig. (2-tailed)	0.612	0		0.131	0.015	0.844	0.053	0.03	0.148	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.14	Pearson Correlation	.514**	0.102	-0.282	1	0.08	.448*	0.03	0.266	0.176	.460*
	Sig. (2-tailed)	0.004	0.59	0.131		0.674	0.013	0.876	0.156	0.351	0.01
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.15	Pearson Correlation	0.202	.697**	-.441*	0.08	1	0.238	.371*	0.342	.526**	.530**
	Sig. (2-tailed)	0.285	0	0.015	0.674		0.206	0.044	0.064	0.003	0.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.16	Pearson Correlation	.597**	-0.115	-0.038	.448*	0.238	1	.471**	-0.172	0.357	.436*
	Sig. (2-tailed)	0	0.546	0.844	0.013	0.206		0.009	0.362	0.053	0.016
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.17	Pearson Correlation	0.08	.577**	-0.356	0.03	.371*	.471**	1	0.256	0.289	.718**
	Sig. (2-tailed)	0.673	0.001	0.053	0.876	0.044	0.009		0.171	0.121	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.18	Pearson Correlation	-0.193	.576**	-.396*	0.266	0.342	-0.172	0.256	1	.646**	.588**
	Sig. (2-tailed)	0.307	0.001	0.03	0.156	0.064	0.362	0.171		0	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.19	Pearson Correlation	0.101	.367*	-0.27	0.176	.526**	0.357	0.289	.646**	1	.588**

X4.8	Pearson Correlation	.889**	.821**	-0.092	.769**	0.186	.404*	.877**	1	.552**	0.194	.619**	.929**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0.628	0	0.324	0.027	0		0.002	0.303	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.9	Pearson Correlation	.486**	.585**	-.606**	0.325	-0.095	-0.043	.613**	.552**	1	0.046	.647**	.564**
	Sig. (2-tailed)	0.006	0.001	0	0.08	0.618	0.823	0	0.002		0.809	0	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.10	Pearson Correlation	0.089	-0.077	0.205	0.159	0.105	0.063	0.054	0.194	0.046	1	.404*	.769**
	Sig. (2-tailed)	0.638	0.686	0.278	0.4	0.582	0.742	0.777	0.303	0.809		0.027	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.11	Pearson Correlation	.525**	.574**	-.363*	.435*	-0.341	0.261	.594**	.619**	.647**	.404*	1	.660**
	Sig. (2-tailed)	0.003	0.001	0.049	0.016	0.066	0.164	0.001	0	0	0.027		0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
totX4	Pearson Correlation	.919**	.844**	.769**	.871**	.835**	.520**	.854**	.929**	.564**	.769**	.660**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0.003	0	0	0.001	0	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

CORRELATIONS

/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 X2.7 X2.8 X2.9 X2.10 X2.11 X2.12 X2.13 X2.14 X2.15
X2.16 X2.17 X2.18 X2.19 X2.20 X2.21 X2.22 X2.23 X2.24 X2.25 X2.26 X2.27 X2.28 X2.29 X2.30 X2.31 totX2
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	X1.19	X1.20	X1.21	X1.22	X1.23	X1.24	X1.25	X1.26	X1.27	X1.28	X1.29	X1.30	totX1	
X1.1	Pearson Correlation	1	.799	.522	.818	.572	.483	.404	.665	.396	.128	-.421	.254	.417	.386	.864	.731	.818	-.0101	-.021	.0107	.0107	.471	.509	.530	.548	.665	.667	.825	.515	.443	.818	
	Sig. (2-tailed)		0	0.003	0	0.001	0.007	0.027	0	0.031	0.5	0.02	0.175	0.022	0.035	0	0	0.596	0.266	0.574	0.574	0.009	0.004	0.003	0.002	0	0	0	0.004	0.014	0		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.2	Pearson Correlation	.799	1	.755	.709	.537	.490	.537	.524	.526	.362	-.0157	.262	.629	.524	.799	.714	.949	-.0217	-.379	.276	.276	.418	.426	.606	.470	.606	.629	.660	.475	.521	.882	
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0.002	0.006	0.002	0.003	0.003	0.049	0.406	0.161	0	0.003	0	0	0.249	0.039	0.139	0.139	0.022	0.019	0	0.009	0	0	0	0	0.008	0.003	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.522	.755	1	.491	.612	.628	.442	.0339	.0327	.0308	-.0667	.0056	.380	.0339	.659	.791	.764	-.0262	-.0339	.0198	.0198	.0136	.02	.0327	.0218	.0327	.390	.370	.0276	.531	.641	
	Sig. (2-tailed)		0.003	0	0.006	0	0	0.014	0.067	0.077	0.098	0.724	0.77	0.038	0.067	0	0	0.161	0.067	0.295	0.295	0.473	0.289	0.077	0.247	0.077	0.038	0.044	0.139	0.003	0	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.818	.709	.491	1	.468	.480	.468	.813	.0161	.0314	-.485	.0096	.539	.0259	.818	.712	.732	-.0315	-.0153	-.0018	-.0018	.401	.589	.0339	.464	.607	.539	.716	.397	.0292	.688	
	Sig. (2-tailed)		0	0	0.006	0.009	0.007	0.009	0	0.396	0.091	0.007	0.615	0.002	0.167	0	0	0.09	0.419	0.923	0.923	0.028	0.001	0.067	0.01	0	0.002	0	0.03	0.118	0	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.572	.537	.612	.468	1	.898	.583	.380	.0312	.0133	-.0247	.0119	.0155	.0035	.572	.657	.468	0	0.039	-.0138	-.0138	0	.385	.0033	.0134	0.2	.465	.497	.364	.0209	.557	
	Sig. (2-tailed)		0.001	0.002	0	0.009	0	0.001	0.038	0.093	0.484	0.188	0.53	0.413	0.856	0.001	0	0.009	1	0.836	0.466	0.466	1	0.036	0.861	0.481	0.288	0.01	0.005	0.048	0.268	0.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.483	.490	.628	.480	.898	1	.769	.390	.0343	.0091	-.022	.021	.0223	.0177	.587	.674	.480	-.0044	-.0081	-.0248	-.0248	-.0103	.0323	-.0171	.0274	.0343	.414	.576	.032	.0167	.550	
	Sig. (2-tailed)		0.007	0.006	0	0.007	0	0	0.033	0.064	.0633	.0243	.0266	.0237	.0348	.0001	0	0.007	0.818	.0146	.0186	.0186	.059	0.081	0.365	.0143	.0064	.0023	.0001	.0084	.0379	.0002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.404	.537	.442	.468	.583	.769	1	.380	.0312	.0133	-.0165	.029	.465	.380	.404	.657	.468	0	-.0158	-.0311	-.0311	0	.385	-.0134	.468	.535	.465	.497	.364	.0093	.566	
	Sig. (2-tailed)		0.027	0.002	0.014	0.009	0.001	0	0.038	0.093	0.484	0.384	0.12	0.01	0.038	0.027	0	0.009	1	0.404	0.094	0.094	1	0.036	0.481	0.009	0.002	0.01	0.005	0.048	0.626	0.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.665	.524	.0339	.813	.380	.390	.380	1	.0111	.0058	-.570	.0078	.686	.426	.665	.579	.536	-.370	-.0265	.0139	.0139	.0208	.697	.0157	.0259	.434	.686	.544	.0184	.0051	.507	
	Sig. (2-tailed)		0	0.003	0.067	0	0.038	0.033	0.038	0	0.56	0.76	0.001	0.683	0	0.019	0	0.001	0.002	0.044	0.157	0.465	0.465	0.271	0	0.407	0.167	0.016	0	0.002	0.331	.0787	.0004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	.396	.526	.0327	.0161	.0312	.0343	.0312	.0111	1	.486	.0308	.838	.0331	.481	.396	.0166	.518	.0229	-.019	.0118	.0118	-.0089	-.0075	.0107	.0161	.375	.0331	.381	-.0014	.0236	.605	
	Sig. (2-tailed)		0.031	0.003	0.077	.0396	.0093	.0064	.0093	.056	.0007	.0097	0	0.074	.0007	.0031	.038	.0003	.0224	.019	.0923	.0923	.064	.694	.0573	.0396	.0441	.0074	.0038	.0942	.021	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.10	Pearson Correlation	.0128	.362	.0308	.0314	.0133	.0091	.0133	.0058	.486	1	.409	.503	.0302	-.0126	.0128	.0126	.0314	.0066	.018	-.031	-.031	-.0222	-.0205	.013	-.0219	-.0047	-.0192	-.0015	-.0228	.0239	.0306	
	Sig. (2-tailed)		0.5	0.049	.0098	.0091	.0484	.0633	.0484	.076	.0007	.0025	.0005	.0104	.0508	.05	.0508	.0091	.0727	.034	.0096	.0096	.0239	.0278	.0493	.0245	.0804	.0308	.0936	.0225	.0204	.01	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.11	Pearson Correlation	-.421	-.0157	-.0667	-.485	-.0247	-.022	-.0165	-.570	.0308	.409	1	.404	-.0102	-.016	-.0355	-.388	-.022	.490	-.0052	-.365	.0046	-.0198	-.0346	.0088	-.0088	-.0308	-.470	-.0228	0	.429	.0011	
	Sig. (2-tailed)		0.02	0.406	.0724	.0007	.0188	.0243	.0384	.0001	.0097	.0025	.0027	.0591	.0399	.0054	.0034	.0242	.0007	.0785	.0047	.0811	.0295	.0061	.643	.643	.0397	.0009	.0226	1	.018	.955	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.12	Pearson Correlation	.0254	.0262	.0056	.0096	.0119	.021	.029	.0078	.838	.503	.404	1	.0254	.0219	.0254	.0064	.0232	.547	.0149	-.0276	-.0276	-.0239	-.0172	-.0096	.0096	.0246	.0127	.03	-.0112	.0256	.474	
	Sig. (2-tailed)		.0175	.0161	.077	.0615	.053	.0266	.012	.0683	0	.0005	.0027	.0176	.0244	.0175	.0388	.0217	.0002	.431	.014	.0204	.0364	.0615	.0615	.019	.0504	.0107	.0557	.0172	.0008		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.13	Pearson Correlation	.417	.629	.380	.539	.0155	.0223	.465	.686	.0331	.0302	-.0102	.0254	1	.686	.417	.0343	.539	-.425	-.490	.0172	.0172	0	.521	.0207	.029	.456	.538	.0348	.0097	.0144	.516	
	Sig. (2-tailed)		0.022	0	0.038	0.002	.0413	.0237	.001	0	.0074	.0104	.0591	.0176	0	0.022	.0063	.0002	.0019	.0006	.0365	.0365	1	.0003	.0272	.012	.0111	.0002	.0059	.0611	.0448	.0004	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.14	Pearson Correlation	.386	.524	.0339	.0259	.0035	.0177	.380	.426	.481	-.0126	-.016	.0219	.686	1	.386	.0292	.536	-.370	-.757	.426	.426	.0208	.407	.0157	.536	.712	.686	.365	.0184	.0051	.477	
	Sig. (2-tailed)		.0035	.0003	.0067	.0167	.0856	.0348	.0038	.0019	.0007	.0508	.0399	.0244	0	.0035	.0118	.0002	.0044	0	.0019	.0019	.0271	.0026	.0407	.0002	0	0	.0408	.0331	.0787	.0008	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.15	Pearson Correlation	.864	.799	.659	.818	.572	.587	.404	.665	.396	.0128	-.0355	.0254	.417	.386	1	.731	.818	-.0101	-.021	.0247	.0247	.471	.5									

X1.24	Pearson Correlation	.530	.606	0.327	0.339	0.033	-0.171	-0.134	0.157	0.107	0.13	0.088	-0.096	0.207	0.157	.396	0.259	.607	-0.114	-.401	0.296	.573	.668	0.253	1	0.339	0.196	0.207	.410	.543	.639	.505
	Sig. (2-tailed)	0.003	0	0.077	0.067	0.861	0.365	0.481	0.407	0.573	0.493	0.643	0.615	0.272	0.407	0.031	0.167	0	0.547	0.028	0.113	0.001	0	0.178		0.067	0.298	0.272	0.025	0.002	0	0.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.25	Pearson Correlation	.548	.470	0.218	.464	0.134	0.274	.468	0.259	0.161	-0.219	-0.088	0.096	0.29	.536	.548	.434	.464	0.029	-.470	-0.018	0.259	.668	.589	0.339	1	.875	.539	.716	.814	.478	.658
	Sig. (2-tailed)	0.002	0.009	0.247	0.01	0.481	0.143	0.009	0.167	0.396	0.245	0.643	0.615	0.12	0.002	0.002	0.016	0.01	0.881	0.009	0.923	0.167	0	0.001	0.067		0	0.002	0	0	0.008	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.26	Pearson Correlation	.665	.606	0.327	.607	0.2	0.343	.535	.434	.375	-0.047	-0.308	0.246	.456	.712	.665	.536	.607	-0.114	-.401	0.157	0.157	.535	.533	0.196	.875	1	.704	.670	.543	0.267	.702
	Sig. (2-tailed)	0	0	0.077	0	0.288	0.064	0.002	0.016	0.041	0.804	0.097	0.19	0.011	0	0	0.002	0	0.547	0.028	0.407	0.407	0.002	0.002	0.298	0		0	0	0.002	0.154	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.27	Pearson Correlation	.667	.629	.380	.539	.465	.414	.465	.686	0.331	-0.192	-.470	0.127	.538	.686	.667	.601	.539	-0.106	-0.343	.429	.429	.496	.782	0.207	.539	.704	1	.509	.484	0.144	.679
	Sig. (2-tailed)	0	0	0.038	0.002	0.01	0.023	0.01	0	0.074	0.308	0.009	0.504	0.002	0	0	0	0.002	0.576	0.064	0.018	0.018	0.005	0	0.272	0.002	0		0.004	0.007	0.448	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.28	Pearson Correlation	.825	.660	.370	.716	.497	.576	.497	.544	.381	-0.015	-0.228	0.3	0.348	.365	.825	.532	.716	-0.037	-0.334	-0.084	0.096	.432	.490	.410	.716	.670	.509	1	.648	.477	.785
	Sig. (2-tailed)	0	0	0.044	0	0.005	0.001	0.005	0.002	0.038	0.936	0.226	0.107	0.059	0.048	0	0.002	0	0.846	0.071	0.66	0.615	0.017	0.006	0.025	0	0	0.004		0	0.008	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.29	Pearson Correlation	.515	.475	0.276	.397	.364	0.32	.364	0.184	-0.014	-0.228	0	-0.112	0.097	0.184	.515	.465	.397	0.167	-0.315	-0.032	.400	.781	.678	.543	.814	.543	.484	.648	1	.638	.656
	Sig. (2-tailed)	0.004	0.008	0.139	0.03	0.048	0.084	0.048	0.331	0.942	0.225	1	0.557	0.611	0.331	0.004	0.01	0.03	0.377	0.09	0.865	0.029	.781	.678	.543	.814	.543	.484	.648	1	.638	.656
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.30	Pearson Correlation	.443	.521	.531	0.292	0.209	0.167	0.093	0.051	0.236	0.239	.429	0.256	0.144	0.051	.537	.430	.478	0.338	-0.18	-0.045	0.34	.464	0.215	.639	.478	0.267	0.144	.477	.638	1	.691
	Sig. (2-tailed)	0.014	0.003	0.003	0.118	0.268	0.379	0.626	0.787	0.21	0.204	0.018	0.172	0.448	0.787	0.002	0.018	0.008	0.068	0.342	0.814	0.066	0.01	0.255	0	0.008	0.154	0.448	0.008	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.31	Pearson Correlation	0.327	.453	0.315	0.135	0.267	0.213	0.267	-0.181	0.301	0.147	.489	0.206	-0.037	0.066	0.327	0.304	.373	.432	-0.23	-0.181	0.312	.593	0.274	.579	.611	0.341	0.184	.456	.816	.782	.650
	Sig. (2-tailed)	0.077	0.012	0.09	0.478	0.154	0.258	0.154	0.34	0.106	0.437	0.006	0.274	0.847	0.73	0.077	0.103	0.043	0.017	0.222	0.34	0.093	0.001	0.143	0.001	0	0.065	0.33	0.011	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
totX1	Pearson Correlation	.818	.882	.641	.688	.557	.550	.566	.507	.605	0.306	0.011	.474	.516	.477	.854	.712	.819	0.136	-0.298	0.053	0.25	.496	.537	.505	.658	.702	.679	.785	.656	.691	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0.001	0.002	0.001	0.004	0	0.1	0.955	0.008	0.004	0.008	0	0	0	0.474	0.109	0.781	0.183	0.005	0.002	0.004	0	0	0	0	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

CORRELATIONS
/VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3 X3.4 X3.5 X3.6 totX3
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

X2.1	Pearson Correlation	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	totX2
	Sig. (2-tailed)	1	.558	.449	-.07	0.031	0.313	.504
	N		0.001	0.013	0.714	0.869	0.092	0.004
X2.2	Pearson Correlation	.558	1	.829	.393	.632	.622	.859
	Sig. (2-tailed)	0.001		0	0.032	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.449	.829	1	.748	.799	.800	.968
	Sig. (2-tailed)	0.013	0		0	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	-.07	.393	.748	1	.934	.681	.743
	Sig. (2-tailed)	0.714	0.032	0		0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	0.031	.632	.799	.934	1	.703	.836
	Sig. (2-tailed)	0.869	0	0	0		0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	0.313	.622	.800	.681	.703	1	.864
	Sig. (2-tailed)	0.092	0	0	0	0		0
	N	30	30	30	30	30	30	30
totX2	Pearson Correlation	.504	.859	.968	.743	.836	.864	1
	Sig. (2-tailed)	0.004	0	0	0	0	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=X4.1 X4.2 X4.3 X4.4 X4.5 X4.6 X4.7 X4.8 X4.9 X4.10 X4.11 X4.12 X4.13 X4.14 X4.15
X4.16 X4.17 X4.18 X4.19 X4.20 X4.21 X4.22 X4.23 X4.24 X4.25 X4.26 X4.27 X4.28 X4.29 totX4
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE

```

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	X3.13	X3.14	X3.15	X3.16	X3.17	X3.18	X3.19	X3.20	X3.21	X3.22	X3.23	X3.24	X3.25	X3.26	X3.27	X3.28	X3.29	totX3	totX3	
X3.1	Pearson Correlation	1	.579	-0.071	-.064	.374	.259	.545	.412	.581	.502	.329	.209	.751	-.643	-.640	0.167	.0343	.536	-.033	.0221	.086	.449	-.184	.04	.0229	-.369	-.369	.04	-.19	.401	.401	
	Sig. (2-tailed)		0.001	0.711	0.738	0.042	0.168	0.022	0.024	0.001	0.005	0.076	0.267	0	0	0	0.378	0.822	0.002	0.625	0.24	0.651	0.013	0.331	0.833	0.223	0.045	0.045	0.833	0.316	0.028	0.028	
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.579 [*]	1	.390 [*]	-.196	-.035	.583 [*]	.782 [*]	.640 [*]	.628 [*]	.488 [*]	0.07	-0.155	.794 [*]	-.553 [*]	-.520 [*]	0.107	0.093	0.257	-0.051	-0.081	-.0248	.609 [*]	-.016	0.185	.378 [*]	-0.165	-0.165	0.279	.400 [*]	.479 [*]	.479 [*]	
	Sig. (2-tailed)		0.001	0.033	0.299	0.856	0.001	0	0	0	0.006	0.714	0.414	0	0.002	0.003	0.573	0.624	0.171	0.788	0.67	0.187	0	0.398	0.328	0.04	0.382	0.382	0.136	0.028	0.007	0.007	
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	-.071	.390 [*]	1	0.331	-.149	.628 [*]	.387 [*]	.571 [*]	0.265	0.139	.416	0.217	0.183	-0.076	-0.022	-0.136	0.203	0.13	.656 [*]	-0.215	0.033	.751 [*]	0.305	-0.353	0.181	0.11	0.11	.399 [*]	.459 [*]	.593 [*]	.593 [*]	
	Sig. (2-tailed)		0.711	0.033	0.074	0.431	0	0.034	0.001	0.156	0.464	0.022	0.25	0.334	0.69	0.908	0.474	0.282	0.493	0	0.253	0.863	0	0.101	0.056	0.337	0.564	0.564	0.029	0.011	0.001	0.001	
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	-.064	-0.196	0.331	1	.444 [*]	.506 [*]	-.035	0.12	-.091	-0.11	0.11	0.256	-.029	-0.048	0.144	-.473 [*]	-.257	0.234	0.346	0.334	-0.11	0.31	.501 [*]	-0.359	-0.194	-0.017	-0.017	0.06	-0.035	0.261	0.261	
	Sig. (2-tailed)		0.738	0.299	0.074	0.014	0.004	0.853	0.526	0.634	0.561	0.561	0.172	0.879	0.8	0.448	0.008	0.17	0.212	0.061	0.071	0.563	0.096	0.005	0.051	0.304	0.927	0.927	0.751	0.856	0.163	0.163	
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	.374 [*]	-0.035	-0.149	.444 [*]	1	0.271	0.311	0.044	.436 [*]	.532 [*]	.380 [*]	.394 [*]	.366 [*]	-.499 [*]	-.0265	-0.043	0.319	.527 [*]	-.009	.409 [*]	0.27	-0.074	0.098	-0.113	0.27	0.02	0.144	-.555 [*]	.421 [*]	.421 [*]		
	Sig. (2-tailed)		0.042	0.856	0.431	0.014	0.147	0.094	0.819	0.016	0.002	0.038	0.031	0.046	0.005	0.156	0.823	0.086	0.003	0.961	0.025	0.149	0.698	0.606	0.55	0.15	0.916	0.916	0.04	0.04	0.021	0.021	
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.6	Pearson Correlation	0.259	.583 [*]	.628 [*]	.506 [*]	0.271	1	.755 [*]	.691 [*]	.631 [*]	.434 [*]	0.238	0.245	.405 [*]	-.456 [*]	-.0082	-.487 [*]	0.126	0.112	0.332	0.126	-.368 [*]	.627 [*]	.510 [*]	-.033	0.285	0.188	0.188	.410 [*]	.372 [*]	.714 [*]	.714 [*]	
	Sig. (2-tailed)		0.168	0.001	0	0.004	0.147	0	0	0	0	0.017	0.206	0.192	0.026	0.011	0.666	0.006	0.599	0.555	0.073	0.507	0.445	0	0.004	0.865	0.127	0.319	0.319	0.025	0.043	0	0
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.7	Pearson Correlation	.545 [*]	.782 [*]	.387 [*]	-.035	0.311	.755 [*]	1	.735 [*]	.849 [*]	.818 [*]	0.273	0.148	.741 [*]	-.656 [*]	-.32	-0.145	.385	0.319	0.093	0.174	-0.116	.552 [*]	0.188	0.326	.702 [*]	0.302	0.302	.563 [*]	0.313	.835 [*]	.835 [*]	
	Sig. (2-tailed)		0.002	0	0.034	0.853	0.094	0	0	0	0	0.145	0.435	0	0	0.085	0.445	0.386	0.086	0.624	0.357	0.541	0.002	0.32	0.079	0	0.105	0.105	0.001	0.092	0	0	
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.8	Pearson Correlation	.412 [*]	.640 [*]	.571 [*]	0.12	0.044	.691 [*]	.735 [*]	1	.696 [*]	.674 [*]	0.029	-0.166	.539 [*]	-.465 [*]	-.0274	-.442	0.022	0.089	0.047	0.017	0.146	.735 [*]	-.008	0.155	.618 [*]	0.208	0.208	0.327	0.183	.632 [*]	.632 [*]	
	Sig. (2-tailed)		0.024	0	0.001	0.526	0.819	0	0	0	0	0.878	0.38	0.002	0.01	0.143	0.014	0.907	0.641	0.807	0.929	0.442	0	0.965	0.412	0	0.269	0.269	0.078	0.332	0	0	
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.9	Pearson Correlation	.581 [*]	.628 [*]	0.265	-.091	.436 [*]	.631 [*]	.849 [*]	.696 [*]	1	.819 [*]	.385 [*]	0.268	.550 [*]	-.640 [*]	-.464 [*]	-0.105	.495 [*]	0.091	-0.02	-0.024	0.131	0.36	0.048	0.111	.546 [*]	0.066	0.066	0.194	-0.131	.646 [*]	.646 [*]	
	Sig. (2-tailed)		0.001	0	0.156	0.634	0.016	0	0	0	0	0.036	0.152	0.002	0	0.01	0.58	0.005	0.634	0.915	0.899	0.491	0.051	0.801	0.559	0.002	0.728	0.728	0.305	0.491	0	0	
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.10	Pearson Correlation	.502 [*]	.488 [*]	0.139	-0.11	.532 [*]	.434 [*]	.818 [*]	.674 [*]	.819 [*]	1	0.224	0.025	.671 [*]	-.614 [*]	-.373	-0.128	.370 [*]	.376 [*]	-0.175	0.148	0.334	0.269	-0.117	0.339	.896 [*]	.404	.404	.494 [*]	-.016	.698 [*]	.698 [*]	
	Sig. (2-tailed)		0.005	0.006	0.464	0.561	0.002	0.017	0	0	0	0.233	0.895	0	0	0.043	0.499	0.044	0.041	0.356	0.434	0.072	0.151	0.538	0.067	0	0.027	0.027	0.006	0.399	0	0	
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.11	Pearson Correlation	0.329	0.07	.416 [*]	0.11	.390 [*]	0.238	0.273	0.029	.385 [*]	0.224	1	.881 [*]	0.134	-0.223	-0.211	0.3	.565 [*]	.420 [*]	.624 [*]	-0.148	0.189	0.241	0.293	.542 [*]	0.019	-0.081	-0.081	0.279	-0.16	.517 [*]	.517 [*]	
	Sig. (2-tailed)		0.076	0.714	0.022	0.561	0.038	0.206	0.145	0.878	0.036	0.233	0	0.48	0.236	0.264	0.108	0.001	0.021	0	0.434	0.318	0.2	0.116	0.002	0.92	0.672	0.672	0.135	0.399	0.003	0.003	
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.12	Pearson Correlation	0.209	-0.155	0.217	0.256	.394 [*]	0.245	0.148	-0.166	0.268	0.025	.881 [*]	1	-0.099	-0.096	-0.028	0.18	.514 [*]	0.202	.597 [*]	0.007	-0.018	0.08	.592 [*]	-.434 [*]	-0.193	-0.06	-0.06	0.101	-0.118	.400 [*]	.400 [*]	
	Sig. (2-tailed)		0.267	0.414	0.25	0.172	0.031	0.192	0.435	0.38	0.152	0.895	0	0.602	0.612	0.883	0.342	0.004	0.285	0	0.969	0.925	0.673	0.001	0.016	0.307	0.754	0.754	0.596	0.534	0.028	0.028	
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.13	Pearson Correlation	.751 [*]	.794 [*]	0.183	-0.029	.366 [*]	.405 [*]	.741 [*]	.539 [*]	.550 [*]	.671 [*]	0.134	-0.099	1	-.661 [*]	-.618 [*]	0.225	0.102	.697 [*]	-0.115	0.273	0.095	.577 [*]	-0.231	0.267	.576 [*]	-0.108	-0.108	.367 [*]	0.14	.612 [*]	.612 [*]	
	Sig. (2-tailed)		0	0	0.334	0.879	0.046	0.026	0	0.002	0.002	0	0.48	0.602	0	0	0.231	0.59	0	0.546	0.144	0.616	0.001	0.219	0.153	0.001	0.577	0.577	0.046	0.461	0	0	
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.14	Pearson Correlation	-.643 [*]	-.553 [*]	-0.076	-0.048	-.499 [*]	-.456 [*]	-.656 [*]	-.640 [*]	-.614 [*]	-.0223	-0.096	-.661 [*]	1	.589 [*]	0.082	-0.282	-.441 [*]	-0.038	-.458 [*]	-.004	-0.356	-0.044	-0.227	-.396 [*]	0.044	0.044	-0.27	0.087	.523 [*]	.523 [*]		
	Sig. (2-tailed)		0	0.002	0.69	0.8	0.005	0.011	0	0.01	0	0	0.236	0.612	0	0.001	0.667	0.131	0.015	0.844	0.011	0.835	0.053	0.817	0.228	0.03	0.817	0.817	0.148	0.646	0.003	0.003	
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30																				

	Sig. (2-tailed)	0.651	0.187	0.863	0.563	0.149	0.045	0.541	0.442	0.491	0.072	0.318	0.925	0.616	0.835	0.123	0.143	0.086	0.279	0.852	0.912		0.792	0.022	0.613	0.067	0.763	0.763	0.375	0.001	0.564	0.564
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.22	Pearson Correlation	.449	.609	.751	.031	-.074	.627	.552	.735	.036	0.269	0.241	0.08	.577	-.356	-.0272	-.0113	0.03	.371	.471	0.177	0.05	1	0.187	-.075	0.256	-.0101	-.0101	0.289	.465	.676	.676
	Sig. (2-tailed)	0.013	0	0	0.096	0.698	0	0.002	0	0.051	0.151	0.2	0.673	0.001	0.053	0.146	0.553	0.876	0.044	0.009	0.35	0.792		0.323	0.693	0.171	0.596	0.596	0.121	0.01	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.23	Pearson Correlation	-.184	-0.16	0.305	.501	0.098	.510	0.188	-.0008	0.048	-.0117	0.293	.592	-.0231	-.0044	0.353	-.0319	0.19	-.0101	.530	0.336	-.416	0.187	1	0.083	-.012	0.324	0.324	0.234	.413	.411	.411
	Sig. (2-tailed)	0.331	0.398	0.101	0.005	0.606	0.004	0.32	0.965	0.801	0.538	0.116	0.001	0.219	0.817	0.056	0.085	0.314	0.594	0.003	0.069	0.022	0.323		0.664	0.527	0.08	0.08	0.213	0.023	0.024	0.024
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.24	Pearson Correlation	0.04	0.185	-.0353	-.0359	-.0113	-.0333	0.326	0.155	0.111	0.339	-.542	-.434	0.267	-.0227	-.0005	-.0057	-.0026	-.0103	-.488	.423	-.0096	-.0075	0.083	1	.519	.428	.428	0.157	0.318	0.111	0.111
	Sig. (2-tailed)	0.833	0.328	0.056	0.051	0.55	0.865	0.079	0.412	0.559	0.067	0.002	0.016	0.153	0.228	0.978	0.765	0.892	0.589	0.006	0.02	0.613	0.693	0.664		0.003	0.018	0.018	0.408	0.087	0.558	0.558
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.25	Pearson Correlation	0.229	.378	0.181	-.0194	0.27	0.285	.702	.618	.546	.896	0.019	-.0193	.576	-.396	-.016	-.0136	0.266	0.342	-.0172	0.161	0.339	0.256	-.012	.519	1	.648	.648	.648	0.089	.645	.645
	Sig. (2-tailed)	0.223	0.04	0.337	0.304	0.15	0.127	0	0	0.002	0	0.92	0.307	0.001	0.03	0.397	0.474	0.156	0.064	0.362	0.396	0.067	0.171	0.527	0.003		0	0	0	0.638	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.26	Pearson Correlation	-.369	-.0165	0.11	-.017	0.02	0.188	0.302	0.208	0.066	.404	-.081	-.006	-.0106	0.044	.525	-.485	0.139	-.017	0.079	0.164	-.0057	-.0101	0.324	.428	.648	1	1.000	.731	0.295	.380	.380
	Sig. (2-tailed)	0.045	0.382	0.564	0.927	0.916	0.319	0.105	0.269	0.728	0.027	0.672	0.754	0.577	0.817	0.003	0.007	0.465	0.927	0.679	0.386	0.763	0.596	0.08	0.018	0		0	0	0.114	0.038	0.038
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.27	Pearson Correlation	-.369	-.0165	0.11	-.017	0.02	0.188	0.302	0.208	0.066	.404	-.081	-.006	-.0106	0.044	.525	-.485	0.139	-.017	0.079	0.164	-.0057	-.0101	0.324	.428	.648	1.000	1	.731	0.295	.380	.380
	Sig. (2-tailed)	0.045	0.382	0.564	0.927	0.916	0.319	0.105	0.269	0.728	0.027	0.672	0.754	0.577	0.817	0.003	0.007	0.465	0.927	0.679	0.386	0.763	0.596	0.08	0.018	0		0	0	0.114	0.038	0.038
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.28	Pearson Correlation	0.04	0.279	.399	0.06	0.144	.410	.563	0.327	0.194	.494	0.279	0.101	.367	-.027	0.229	-.0243	0.176	.526	0.357	0.181	-.0168	0.289	0.234	0.157	.646	.731	.731	1	.437	.670	.670
	Sig. (2-tailed)	0.833	0.136	0.029	0.751	0.448	0.025	0.001	0.078	0.305	0.006	0.135	0.596	0.046	0.148	0.225	0.195	0.351	0.003	0.053	0.338	0.375	0.121	0.213	0.408	0	0	0	0	0.016	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.29	Pearson Correlation	-.019	.400	.459	-.035	-.565	.372	0.313	0.183	-.0131	-.016	-.016	-.0118	0.14	0.087	0.279	-.0067	-.003	-.0035	0.351	0.093	-.568	.465	.413	0.318	0.089	0.295	0.295	.437	1	0.303	0.303
	Sig. (2-tailed)	0.316	0.028	0.011	0.856	0.001	0.043	0.092	0.332	0.491	0.399	0.399	0.534	0.461	0.646	0.136	0.725	0.873	0.856	0.057	0.626	0.001	0.01	0.023	0.087	0.638	0.114	0.114	0.016		0.104	0.104
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
totX3	Pearson Correlation	.401	.479	.593	0.261	.421	.714	.835	.632	.646	.698	.517	.400	.612	-.523	-.0119	-.0134	.498	.526	.489	0.353	0.11	.676	.411	0.111	.645	.380	.380	.670	0.303	1	1
	Sig. (2-tailed)	0.028	0.007	0.001	0.163	0.021	0	0	0	0	0	0.003	0.028	0	0.003	0.53	0.479	0.005	0.003	0.006	0.056	0.564	0	0.024	0.558	0	0.038	0.038	0	0.104		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=X5.1 X5.2 X5.3 X5.4 X5.5 X5.6 X5.7 X5.8 X5.9 X5.10 X5.11 X5.12 X5.13 X5.14 totX5
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	X4.8	X4.9	X4.10	X4.11	X4.12	X4.13	X4.14	totX5
X4.1	Pearson Correlation	1	.938	.742	.678	.600	.776	0.321	.489	.712	-.022	0.16	0	0	-.0268	.780
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0	0.084	0.006	0	0.242	0.398	1	1	0.152	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.2	Pearson Correlation	.938	1	.773	.697	.601	.812	.389	.507	.737	-.0201	0.16	0.018	0.003	-.0196	.826
	Sig. (2-tailed)			0	0	0	0	0.033	0.004	0	0.288	0.397	0.927	0.988	0.299	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.3	Pearson Correlation	.742	.773	1	.805	.634	.567	-.0106	0.242	.446	-.382	0.344	.498	.471	-.0243	.839
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0.001	0.578	0.197	0.013	0.037	0.063	0.005	0.009	0.196	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.4	Pearson Correlation	.678	.697	.805	1	.782	.481	-.07	.425	.618	-.621	0.191	.411	0.352	-.465	.733
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0.007	0.715	0.019	0	0	0.311	0.024	0.057	0.01	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.5	Pearson Correlation	.600	.601	.634	.782	1	.781	0.103	.627	.730	-.423	0.282	0.157	0.025	-.601	.708

	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0.589	0	0	0.02	0.131	0.406	0.897	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.6	Pearson Correlation	.776	.812	.567	.481	.781	1	.474	.651	.779	-.049	0.237	-.176	-.263	-.337
	Sig. (2-tailed)	0	0	0.001	0.007	0	0.008	0	0	0.798	0.207	0.351	0.161	0.069	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.7	Pearson Correlation	0.321	.389	-.106	-.07	0.103	.474	1	0.167	.426	0.226	-.353	-.753	-.670	-.183
	Sig. (2-tailed)	0.084	0.033	0.578	0.715	0.589	0.008	0.377	0.019	0.23	0.056	0	0	0.333	0.824
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.8	Pearson Correlation	.489	.507	0.242	.425	.627	.651	0.167	1	.464	0.129	.585	-.019	-.019	-.367
	Sig. (2-tailed)	0.006	0.004	0.197	0.019	0	0.377	0.01	0.496	0.001	0.531	0.311	0.046	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.9	Pearson Correlation	.712	.737	.446	.618	.730	.779	.426	.464	1	-.565	-.0243	-.0227	-.337	-.432
	Sig. (2-tailed)	0	0	0.013	0	0	0.019	0.01	0.001	0.195	0.229	0.068	0.017	0.009	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.10	Pearson Correlation	-.022	-.0201	-.382	-.621	-.423	-.049	0.226	0.129	-.565	1	.438	-.0254	-.0157	.390
	Sig. (2-tailed)	0.242	0.288	0.037	0	0.02	0.798	0.23	0.496	0.001	0.016	0.176	0.409	0.033	0.056
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.11	Pearson Correlation	0.16	0.16	0.344	0.191	0.282	0.237	-.353	.585	-.243	.436	1	.447	.452	-.04
	Sig. (2-tailed)	0.398	0.397	0.063	0.311	0.131	0.207	0.056	0.001	0.195	0.016	0.013	0.012	0.833	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.12	Pearson Correlation	0	0.018	.498	.411	0.157	-.176	-.753	-.019	-.0227	-.0254	.447	1	.900	0.268
	Sig. (2-tailed)	1	0.927	0.005	0.024	0.406	0.351	0	0.531	0.229	0.176	0.013	0	0.152	0.018
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.13	Pearson Correlation	0	0.003	.471	0.352	0.025	-.0263	-.670	-.019	-.0337	-.0157	.452	.900	1	0.113
	Sig. (2-tailed)	1	0.988	0.009	0.057	0.897	0.161	0	0.311	0.068	0.409	0.012	0	0.552	0.04
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.14	Pearson Correlation	-.0268	-.0196	-.0243	-.465	-.601	-.0337	-.0183	-.367	-.432	.390	-.04	0.268	0.113	1
	Sig. (2-tailed)	0.152	0.299	0.196	0.01	0	0.069	0.333	0.046	0.017	0.033	0.833	0.152	0.552	0.45
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
totX4	Pearson Correlation	.780	.826	.839	.733	.708	.738	0.042	.600	.466	-.056	.601	.429	.377	-.0143
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0.824	0	0.009	0.769	0	0.018	0.04	0.45
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

```
BLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 X1.9 X1.10 X1.12 X1.13 X1.14 X1.15
.17 X1.22 X1.23 X1.24 X1.25 X1.26 X1.27 X1.28 X1.29 X1.30 X1.31 totX1
```

NG=PAIRWISE.

NG=PAIRWISE.

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.22	X1.23	X1.24	X1.25	X1.26	X1.27	X1.28	X1.29	X1.30	X1.31	totX1	
X1.1	Pearson Correlation	1	.799	.522	.818	.572	.483	.404	.665	.396	0.128	0.254	.417	.386	.864	.731	.818	.471	.509	.530	.548	.665	.667	.825	.515	.443	0.327	.866	
	Sig. (2-tailed)		0	0.003	0	0.001	0.007	0.027	0	0.031	0.05	0.175	0.022	0.035	0	0	0	0.009	0.004	0.003	0.002	0	0	0	0.004	0.014	0.077	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.2	Pearson Correlation	.799	1	.755	.709	.537	.490	.537	.524	.526	.362	0.262	.629	.524	.799	.714	.949	.418	.426	.606	.470	.606	.629	.660	.475	.521	.453	.908	
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0.002	0.006	0.002	0.003	0.003	0.049	0.161	0	0.003	0	0	0	0.022	0.019	0	0.009	0	0	0	0	0.008	0.003	0.012	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.3	Pearson Correlation	.522	.755	1	.491	.612	.628	.442	0.339	0.327	0.308	0.056	.380	0.339	.659	.791	.764	0.136	0.2	0.327	0.218	0.327	.380	.370	0.276	.531	0.315	.669	
	Sig. (2-tailed)	0.003	0		0.006	0	0	0.014	0.067	0.077	0.098	0.77	0.038	0.067	0	0	0	0.473	0.289	0.077	0.247	0.077	0.038	0.044	0.139	0.003	0.09	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.4	Pearson Correlation	.818	.709	.491	1	.468	.480	.468	.813	0.161	0.314	0.096	.539	0.259	.818	.712	.732	.401	.589	0.339	.464	.607	.539	.716	.397	0.292	0.135	.771	
	Sig. (2-tailed)		0	0	0.006	0.009	0.007	0.009	0	0.396	0.091	0.615	0.002	0.167	0	0	0	0.028	0.001	0.067	0.01	0	0.002	0	0.03	0.118	0.478	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.5	Pearson Correlation	.572	.537	.612	.468	1	.898	.583	.380	0.312	0.133	0.119	0.155	0.035	.572	.657	.468	0	.385	0.033	0.134	0.2	.465	.497	.364	0.209	0.267	.585	
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.002	0	0.009	0	0.001	0.038	0.093	0.484	0.53	0.413	0.856	0.001	0	0.009	1	0.036	0.861	0.481	0.288	0.01	0.005	0.048	0.268	0.154	0.001	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.6	Pearson Correlation	.483	.490	.628	.480	.898	1	.769	.390	0.343	0.091	0.21	0.223	0.177	.587	.674	.480	-0.103	0.323	-0.171	0.274	0.343	.414	.576	0.32	0.167	0.213	.602	
	Sig. (2-tailed)	0.007	0.006	0	0.007	0	0	0	0.033	0.064	0.633	0.266	0.237	0.348	0.001	0	0.007	0.59	0.081	0.365	0.143	0.064	0.023	0.001	0.084	0.379	0.258	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.7	Pearson Correlation	.404	.537	.442	.468	.583	.769	1	.380	0.312	0.133	0.29	.465	.380	.404	.657	.468	0	.385	-0.134	.468	.535	.465	.497	.364	0.093	0.267	.621	
	Sig. (2-tailed)	0.027	0.002	0.014	0.009	0.001	0	0	0.038	0.093	0.484	0.12	0.01	0.038	0.027	0	0.009	1	0.036	0.481	0.009	0.002	0.01	0.005	0.048	0.626	0.154	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.8	Pearson Correlation	.665	.524	0.339	.813	.380	.390	.380	1	0.111	0.058	0.078	.686	.426	.665	.579	.536	0.208	.697	0.157	0.259	.434	.686	.544	0.184	0.051	-0.181	.602	
	Sig. (2-tailed)	0	0.003	0.067	0	0.038	0.033	0.038		0.56	0.76	0.683	0	0.019	0	0.001	0.002	0.271	0	0.407	0.167	0.016	0	0.002	0.331	0.787	0.34	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.9	Pearson Correlation	.396	.526	0.327	0.161	0.312	0.343	0.312	0.111	1	.486	.838	0.331	.481	.396	0.166	.518	-0.089	-0.075	0.107	0.161	.375	0.331	.381	-0.014	0.236	0.301	.557	
	Sig. (2-tailed)	0.031	0.003	0.077	0.396	0.093	0.064	0.093	0.56		0.007	0	0.074	0.007	0.031	0.38	0.003	0.64	0.694	0.573	0.396	0.041	0.074	0.038	0.942	0.21	0.106	0.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.10	Pearson Correlation	0.128	.362	0.308	0.314	0.133	0.091	0.133	0.058	.486	1	.503	0.302	-0.126	0.128	0.126	0.314	-0.222	-0.205	0.13	-0.219	-0.047	-0.192	-0.015	-0.228	0.239	0.147	0.266	
	Sig. (2-tailed)	0.5	0.049	0.098	0.091	0.484	0.633	0.484	0.76	0.007		0.005	0.104	0.508	0.5	0.508	0.091	0.239	0.278	0.493	0.245	0.804	0.308	0.936	0.225	0.204	0.437	0.155	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.12	Pearson Correlation	0.254	0.262	0.056	0.096	0.119	0.21	0.29	0.078	.838	.503	1	0.254	0.219	0.254	0.064	0.232	-0.239	-0.172	-0.096	0.096	0.246	0.127	0.3	-0.112	0.256	0.206	.391	
	Sig. (2-tailed)	0.175	0.161	0.77	0.615	0.53	0.266	0.12	0.683	0	0.005	0	0.176	0.244	0.175	0.738	0.217	0.204	0.364	0.615	0.615	0.19	0.504	0.107	0.557	0.172	0.274	0.033	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.13	Pearson Correlation	.417	.629	.380	.539	0.155	0.223	.465	.686	0.331	0.302	0.254	1	.686	.417	0.343	.539	0	.521	0.207	0.29	.456	.538	0.348	0.097	0.144	-0.037	.581	
	Sig. (2-tailed)	0.022	0	0.038	0.002	0.413	0.237	0.01	0	0.074	0.104	0.176	0	0.022	0.063	0.002	1	0.003	0.272	0.12	0.011	0.002	0.059	0.611	0.448	0.847	0.001		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.14	Pearson Correlation	.386	.524	0.339	0.259	0.035	0.177	.380	.426	.481	-0.126	0.219	.686	1	.386	0.292	.536	0.208	.407	0.157	.536	.712	.686	.365	0.184	0.051	0.066	.542	
	Sig. (2-tailed)	0.035	0.003	0.067	0.167	0.856	0.348	0.038	0.019	0.007	0.508	0.244	0		0.035	0.118	0.002	0.271	0.026	0.407	0.002	0	0	0.048	0.331	0.787	0.73	0.002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.15	Pearson Correlation	.864	.799	.659	.818	.572	.587	.404	.665	.396	0.128	0.254	.417	.386	1	.731	.818	.471	.509	.396	.548	.665	.667	.825	.515	.537	0.327	.881	
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0.001	0.001	0.027	0	0.031	0.05	0.175	0.022	0.035		0	0	0.009	0.004	0.031	0.002	0	0	0	0.004	0.002	0.077	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.16	Pearson Correlation	.731	.714	.791	.712	.657	.674	.657	.579	0.166	0.126	0.064	0.343	0.292	.731	1	.712	0.346	.465	0.259	.434	.536	.601	.532	.465	.430	0.304	.761	
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0	0	0.001	0.38	0.508	0.738	0.063	0.118	0		0	0.061	0.01	0.167	0.016	0.002	0	0.002	0.01	0.018	0.103	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.17	Pearson Correlation	.818	.949	.764	.732	.468	.480	.468	.813	.536	.518	0.314	0.232	.539	.536	.818	.712	1	.401	0.309	.607	.464	.607	.539	.716	.397	.478	.373	.872
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0.009	0.007	0.009	0.002	0.003	0.091	0.217	0.002	0.002	0	0	0	0.028	0.097	0	0.01	0	0.002	0	0.03	0.008	0.043	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.22	Pearson Correlation	.471	.418	0.136	.401	0	-0.103	0	0.208	-0.089	-0.222	-0.239	0	0.208	.471	0.346	.401	1	.560	.668	.668	.535	.496	.432	.781	.464	.593	.481	
	Sig. (2-tailed)	0.009	0.022	0.473	0.028	1	0.59	1	0.271	0.64	0.239	0.204	1	0.271	0.009	0.061	0.028		0.001	0	0	0.002	0.005	0.017	0	0.01	0.001	0.007	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.23	Pearson Correlation	.509	.426	0.2	.589	.385	0.323	.385	.697																				

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

[illegible]

CORRELATIONS

Correlations

X3.14	Pearson Correlation	-.643 ^{**}	-.553 ^{**}	-.076	-.499 ^{**}	-.456 ^{**}	-.656 ^{**}	-.465 ^{**}	-.640 ^{**}	-.614 ^{**}	-.0223	-.0096	-.661 ^{**}	1	-.0282	-.441 ^{**}	-.038	-.0356	-.0044	-.396 ^{**}	-.027	-.566 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0	0.002	0.69	0.005	0.011	0	0.01	0	0	0.236	0.612	0		0.131	0.015	0.844	0.053	0.817	0.03	0.148	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.17	Pearson Correlation	0.043	0.093	0.203	0.319	0.126	.385 ^{**}	0.022	.495 ^{**}	.370 ^{**}	.565 ^{**}	.514 ^{**}	0.102	-.0282	1	0.08	.448 ^{**}	0.03	0.19	0.266	0.176	.466 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.822	0.624	0.282	0.086	0.509	0.036	0.907	0.005	0.044	0.001	0.004	0.59	0.131		0.674	0.013	0.876	0.314	0.156	0.351	0.009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.18	Pearson Correlation	.536 ^{**}	0.257 ^{**}	0.13	.527 ^{**}	0.112	0.319	0.089	0.091	.376 ^{**}	.420 ^{**}	0.202	.697 ^{**}	-.441 ^{**}	0.08	1	0.238	.371 ^{**}	-.0101	0.342	.526 ^{**}	.501 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.002	0.171	0.493	0.003	0.555	0.086	0.641	0.634	0.041	0.021	0.285	0	0.015	0.674		0.206	0.044	0.594	0.064	0.003	0.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.19	Pearson Correlation	-.093	-.0051	.656 ^{**}	-.0009	0.332	0.093	0.047	-.002	-.0175	.624 ^{**}	.597 ^{**}	-.0115	-.0038	.448 ^{**}	0.238	1	.471 ^{**}	.530 ^{**}	-.0172	0.357	.481 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.625	0.788	0	0.961	0.073	0.624	0.807	0.915	0.356	0	0	0.546	0.844	0.013	0.206		0.009	0.003	0.362	0.053	0.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.22	Pearson Correlation	.449	.609 ^{**}	.751 ^{**}	-.0074	.627 ^{**}	.552 ^{**}	.735 ^{**}	-.036	0.269	0.241	0.08	.577 ^{**}	-.0356	0.03	.371 ^{**}	.471 ^{**}	1	0.187	0.256	0.289	.715 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.013	0	0	0.698	0	0.002	0	0.051	0.151	0.2	0.673	0.001	0.053	0.876	0.044	0.009		0.323	0.171	0.121	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.23	Pearson Correlation	-.0184	-.016	0.305	0.098	.510 ^{**}	0.188	-.0008	0.048	-.0117	0.293	.592 ^{**}	-.0231	-.0044	0.19	-.0101	.530 ^{**}	0.187	1	-.012	0.234	0.346
	Sig. (2-tailed)	0.331	0.398	0.101	0.606	0.004	0.32	0.965	0.801	0.538	0.116	0.001	0.219	0.817	0.314	0.594	0.003	0.323		0.527	0.213	0.061
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.25	Pearson Correlation	0.229	.378 ^{**}	0.181	0.27	0.285	.702 ^{**}	.618 ^{**}	.546 ^{**}	.896 ^{**}	0.019	-.0193	.576 ^{**}	-.396 ^{**}	0.266	0.342	-.0172	0.256	-.012	1	.646 ^{**}	.555 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.223	0.04	0.337	0.15	0.127	0	0	0.002	0	0.92	0.307	0.001	0.03	0.156	0.064	0.362	0.171	0.527		0	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.28	Pearson Correlation	0.04	0.279	.399 ^{**}	0.144	.410 ^{**}	.563 ^{**}	0.327	0.194	.494 ^{**}	0.279	0.101	.367 ^{**}	-.027	0.176	.526 ^{**}	0.357	0.289	0.234	.646 ^{**}	1	.595 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.833	0.136	0.029	0.448	0.025	0.001	0.078	0.305	0.006	0.135	0.596	0.046	0.148	0.351	0.003	0.053	0.121	0.213	0		0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
totX3	Pearson Correlation	.504 ^{**}	.589 ^{**}	.649 ^{**}	.422 ^{**}	.785 ^{**}	.863 ^{**}	.685 ^{**}	.743 ^{**}	.691 ^{**}	.606 ^{**}	.455 ^{**}	.640 ^{**}	-.566 ^{**}	.466 ^{**}	.501 ^{**}	.481 ^{**}	.715 ^{**}	0	0.061	0.001	0.001
	Sig. (2-tailed)	0.005	0.001	0	0.02	0	0	0	0	0	0	0.012	0	0.001	0.009	0.005	0.007	0	0.061	0.001	0.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=X4.1 X4.2 X4.3 X4.4 X4.5 X4.6 X4.8 X4.9 X4.11 X4.12 X4.13 X4.14 totX4
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.8	X4.9	X4.11	X4.12	X4.13	X4.14	totX4
X4.1	Pearson Correlation	1	.938 ^{**}	.742 ^{**}	.678 ^{**}	.600 ^{**}	.776 ^{**}	.489 ^{**}	.712 ^{**}	0.16	0	0	-.0268	.721 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0	0.006	0	0.398	1	1	0.152	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.2	Pearson Correlation	.938 ^{**}	1	.773 ^{**}	.697 ^{**}	.601 ^{**}	.812 ^{**}	.507 ^{**}	.737 ^{**}	0.16	0.018	0.003	-.0196	.749 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0		0	0	0	0	0.004	0	0.397	0.927	0.988	0.299	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.3	Pearson Correlation	.742 ^{**}	.773 ^{**}	1	.805 ^{**}	.634 ^{**}	.567 ^{**}	0.242	.446 ^{**}	0.344	.498 ^{**}	.471 ^{**}	-.0243	.884 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0	0		0	0	0.001	0.197	0.013	0.063	0.005	0.009	0.196	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.4	Pearson Correlation	.678 ^{**}	.697 ^{**}	.805 ^{**}	1	.782 ^{**}	.481 ^{**}	.425 ^{**}	.618 ^{**}	0.191	.411 ^{**}	0.352	-.465 ^{**}	.809 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0	0	0		0	0.007	0.019	0	0.311	0.024	0.057	0.01	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.5	Pearson Correlation	.600 ^{**}	.601 ^{**}	.634 ^{**}	.782 ^{**}	1	.781 ^{**}	.627 ^{**}	.730 ^{**}	0.282	0.157	0.025	-.601 ^{**}	.723 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0		0	0	0	0.131	0.406	0.897	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.6	Pearson Correlation	.776 ^{**}	.812 ^{**}	.567 ^{**}	.481 ^{**}	.781 ^{**}	1	.651 ^{**}	.779 ^{**}	0.237	-.0176	-.0263	-.0337	.625 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0	0	0.001	0.007	0		0	0	0.207	0.351	0.161	0.069	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.8	Pearson Correlation	.489 ^{**}	.507 ^{**}	0.242	.425 ^{**}	.627 ^{**}	.651 ^{**}	1	.464 ^{**}	.585 ^{**}	-.0119	-.0191	-.367 ^{**}	.527 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.006	0.004	0.197	0.019	0	0		0.01	0.001	0.531	0.311	0.046	0.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.9	Pearson Correlation	.712 ^{**}	.737 ^{**}	.446 ^{**}	.730 ^{**}	.779 ^{**}	.464 ^{**}	1	-.0243	-.0227	-.0337	-.432 ^{**}	.446 ^{**}	

	Sig. (2-tailed)	0	0	0.013	0	0	0	0.01		0.195	0.229	0.068	0.017	0.013
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.11	Pearson Correlation	0.16	0.16	0.344	0.191	0.282	0.237	.585**	-0.243	1	.447*	.452*	-0.04	.587*
	Sig. (2-tailed)	0.398	0.397	0.063	0.311	0.131	0.207	0.001	0.195		0.013	0.012	0.833	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.12	Pearson Correlation	0	0.018	.498**	.411*	0.157	-0.176	-0.119	-0.227	.447*	1	.900**	0.268	.597*
	Sig. (2-tailed)	1	0.927	0.005	0.024	0.406	0.351	0.531	0.229	0.013		0	0.152	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.13	Pearson Correlation	0	0.003	.471**	0.352	0.025	-0.263	-0.191	-0.337	.452*	.900**	1	0.113	.517*
	Sig. (2-tailed)	1	0.988	0.009	0.057	0.897	0.161	0.311	0.068	0.012	0		0.552	0.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.14	Pearson Correlation	-0.268	-0.196	-0.243	-.465**	-.601**	-0.337	-.367*	-.432	-0.04	0.268	0.113	1	-0.158
	Sig. (2-tailed)	0.152	0.299	0.196	0.01	0	0.069	0.046	0.017	0.833	0.152	0.552		0.405
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
totX4	Pearson Correlation	.721**	.749**	.884**	.809**	.723**	.625**	.527**	.446*	.587**	.597**	.517**	-0.158	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0.003	0.013	0.001	0.001	0.003	0.405	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

X1.22 X1.23 X1.24 X1.25 X1.26 X1.27 X1.28 X1.29 X1.30 X1.31 totX1

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.22	X1.23	X1.24	X1.25	X1.26	X1.27	X1.28	X1.29	X1.30	X1.31	totX1	
X1.1	Pearson Correlation	1	.799	.522	.818	.572	.483	.404	.665	.396	.417	.386	.864	.731	.818	.471	.509	.530	.548	.665	.667	.825	.515	.443	.437	.873	
	Sig. (2-tailed)		0	0.003	0	0.001	0.007	0.027	0	0.031	0.022	0.035	0	0	0	0.009	0.004	0.003	0.002	0	0	0	0.004	0.014	0.077	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.2	Pearson Correlation	.799	1	.755	.709	.537	.490	.537	.524	.526	.629	.524	.799	.714	.949	.418	.426	.606	.470	.606	.629	.660	.475	.521	.453	.897	
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0.002	0.006	0.002	0.003	0.003	0	0.003	0	0	0	0.022	0.019	0	0.009	0	0	0	0.008	0.003	0.012	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.3	Pearson Correlation	.522	.755	1	.491	.612	.628	.442	.0.339	.327	.380	.339	.659	.791	.764	.136	0.2	0.327	0.218	0.327	.380	.370	.0.276	.531	.0.315	.673	
	Sig. (2-tailed)		0.003	0	0.006	0	0	0.014	0.067	0.077	0.038	0.067	0	0	0	0.473	0.289	0.077	0.247	0.077	0.038	0.044	0.139	0.003	0.09	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.4	Pearson Correlation	.818	.709	.491	1	.468	.480	.468	.813	.0.161	.539	.0.259	.818	.712	.732	.401	.589	.0.339	.464	.607	.539	.716	.397	.0.292	.0.135	.775	
	Sig. (2-tailed)		0	0	0.006	0.009	0.007	0.009	0	0.396	0.002	0.167	0	0	0	0.028	0.001	0.067	0.01	0	0.002	0	0.03	0.118	0.478	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.5	Pearson Correlation	.572	.537	.612	.468	1	.898	.583	.380	.0.312	.0.155	.0.035	.572	.657	.468	0	.385	.0.033	.0.134	0.2	.465	.497	.364	.0.209	.0.267	.592	
	Sig. (2-tailed)		0.001	0.002	0	0.009	0	0.001	0.038	0.093	0.413	0.856	0.001	0	0.009	1	0.036	0.861	0.481	0.288	0.01	0.005	0.048	0.268	0.154	0.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.6	Pearson Correlation	.483	.490	.628	.480	.898	1	.769	.390	.0.343	.0.223	.0.177	.587	.674	.480	-0.103	.0.323	-0.171	.0.274	.0.343	.414	.576	.0.32	.0.167	.0.213	.603	
	Sig. (2-tailed)		0.007	0.006	0	0.007	0	0	0.033	0.064	0.237	0.348	0.001	0	0.007	0.59	0.081	0.365	0.143	0.064	0.023	0.001	0.084	0.379	0.258	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.7	Pearson Correlation	.404	.537	.442	.468	.583	.769	1	.380	.0.312	.465	.380	.404	.657	.468	0	.385	-0.134	.468	.535	.465	.497	.364	.0.093	.0.267	.611	
	Sig. (2-tailed)		0.027	0.002	0.014	0.009	0.001	0	0.038	0.093	0.01	0.038	0.027	0	0.009	1	0.036	0.481	0.009	0.002	0.01	0.005	0.048	0.626	0.154	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.8	Pearson Correlation	.665	.524	.0.339	.813	.380	.390	.380	1	.0.111	.686	.426	.665	.579	.536	.0.208	.697	.0.157	.0.259	.434	.686	.544	.0.184	.0.051	-0.181	.620	
	Sig. (2-tailed)		0	0.003	0.067	0	0.038	0.033	0.038	0	0.56	0	0.019	0	0.001	0.002	0.271	0	0.407	0.167	0.016	0	0.002	0.331	0.787	0.34	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.9	Pearson Correlation	.396	.526	.0.327	.0.161	.0.312	.0.343	.0.312	.0.111	1	.0.331	.481	.396	.0.166	.518	-0.089	-0.075	.0.107	.0.161	.375	.0.331	.381	-0.014	.0.236	.0.301	.453	
	Sig. (2-tailed)		0.031	0.003	0.077	0.396	0.093	0.064	0.093	0.56	.0.074	.0.007	.0.031	.0.38	.0.003	.0.64	.0.694	.0.573	.0.396	.0.041	.0.074	.0.038	.0.942	.0.21	.0.106	.0.012	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.13	Pearson Correlation	.417	.629	.380	.539	.0.155	.0.223	.465	.686	.0.331	1	.686	.417	.0.343	.539	0	.521	.0.207	.0.29	.456	.538	.0.348	.0.097	.0.144	-0.037	.558	
	Sig. (2-tailed)		0.022	0	0.038	0.002	.0.413	.0.237	.0.01	0	.0.074	0	0.022	.0.063	.0.002	1	.0.003	.0.272	.0.12	.0.011	.0.002	.0.059	.0.611	.0.448	.0.847	.0.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.14	Pearson Correlation	.386	.524	.0.339	.0.259	.0.035	.0.177	.380	.426	.481	.686	1	.386	.0.292	.536	.0.208	.407	.0.157	.536	.712	.686	.365	.0.184	.0.051	.0.066	.558	
	Sig. (2-tailed)		0.035	0.003	.0.067	.0.167	.0.856	.0.348	.0.038	.0.019	.0.007	0	.0.035	.0.118	.0.002	.0.271	.0.026	.0.407	.0.002	0	0	.0.048	.0.331	.0.787	.0.73	.0.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.15	Pearson Correlation	.864	.799	.659	.818	.572	.587	.404	.665	.396	.417	.386	1	.731	.818	.471	.509	.396	.548	.665	.667	.825	.515	.537	.0.327	.889	
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0.001	.0.001	.0.027	0	.0.031	.0.022	.0.035	0	0	0	0.009	.0.004	.0.031	.0.002	0	0	0	.0.004	.0.002	.0.077	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.16	Pearson Correlation	.731	.714	.791	.712	.657	.674	.657	.579	.0.166	.0.343	.0.292	.731	1	.712	.0.346	.465	.0.259	.434	.536	.601	.532	.465	.430	.0.304	.784	
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0	0	.0.001	.0.38	.0.063	.0.118	0	0	0	.0.061	.0.01	.0.167	.0.016	.0.002	0	.0.002	.0.01	.0.018	.0.103	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.17	Pearson Correlation	.818	.949	.764	.732	.468	.480	.468	.536	.518	.539	.536	.818	.712	1	.401	.0.309	.607	.464	.607	.539	.716	.397	.478	.373	.866	
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	.0.009	.0.007	.0.009	.0.002	.0.003	.0.002	0	0	0	.0.028	.0.097	0	.0.01	0	.0.002	0	.0.03	.0.008	.0.043	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.22	Pearson Correlation	.471	.418	.0.136	.401	0	-0.103	0	.0.208	-0.089	0	.0.208	.471	.0.346	.401	1	.560	.668	.668	.535	.496	.432	.781	.464	.593	.552	
	Sig. (2-tailed)		0.009	.0.022	.0.473	.0.028	1	.0.59	1	.0.271	.0.64	1	.0.271	.0.009	.0.061	.0.028	.0.001	0	0	.0.002	.0.005	.0.017	0	.0.01	.0.001	.0.002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.23	Pearson Correlation	.509	.426	0.2	.589	.385	.0.323	.385	.697	-0.075	.521	.407	.509	.465	.0.309	.560	1	.0.253	.589	.533	.782	.490	.678	.0.215	.0.274	.654	
	Sig. (2-tailed)		0.004	.0.019	.0.289	.0.001	.0.036	.0.081	.0.036	0	.0.694	.0.003	.0.026	.0.004	.0.01	.0.097	.0.001	.0	.0.178	.0.001	.0.002	0	.0.006	0	.0.255	.0.143	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X1.24	Pearson Correlation	.530	.606	.0.327	.0.339	.0.033	-0.171	-0.134	.0.157	.0.107	.0.207	.0.157	.396	.0.259	.607	.668	.0.253	1	.0.339	.0.196	.0.207	.410	.543	.639	.579	.513	
	Sig. (2-tailed)		0.003	0	.0.077	.0.067	.0.861	.0.365																			

[illegible]

CORRELATIONS

Correlations

X3.17	Pearson Correlation	0.043	0.093	0.203	0.319	0.126	.385	0.022	.495	.370	.565	.514	0.102	-0.282	1	0.08	.448	0.03	0.266	0.176	.460	.466
	Sig. (2-tailed)	0.822	0.624	0.282	0.086	0.509	0.036	0.907	0.005	0.044	0.001	0.004	0.59	0.131		0.674	0.013	0.876	0.156	0.351	0.01	0.009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.18	Pearson Correlation	.536	0.257	0.13	.527	0.112	0.319	0.089	0.091	.376	.420	0.202	.697	-.441	0.08	1	0.238	.371	0.342	.526	.530	.501
	Sig. (2-tailed)	0.002	0.171	0.493	0.003	0.555	0.086	0.641	0.634	0.041	0.021	0.285	0	0.015	0.674		0.206	0.044	0.064	0.003	0.003	0.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.19	Pearson Correlation	-0.093	-0.051	.656	-0.009	0.332	0.093	0.047	-0.02	-0.175	.624	.597	-0.115	-0.038	.448	0.238	1	.471	-0.172	0.357	.436	.481
	Sig. (2-tailed)	0.625	0.788	0	0.961	0.073	0.624	0.807	0.915	0.356	0	0	0.546	0.844	0.013	0.206		0.009	0.362	0.053	0.016	0.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.22	Pearson Correlation	.449	.609	.751	-0.074	.627	.552	.735	0.36	0.269	0.241	0.08	.577	-0.356	0.03	.371	.471	1	0.256	0.289	.718	.715
	Sig. (2-tailed)	0.013	0	0	0.698	0	0.002	0	0.051	0.151	0.2	0.673	0.001	0.053	0.876	0.044	0.009		0.171	0.121	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.23	Pearson Correlation	0.229	.378	0.181	0.27	0.285	.702	.618	.546	.896	0.019	-0.193	.576	-.396	0.266	0.342	-0.172	0.256	1	.646	.588	.555
	Sig. (2-tailed)	0.223	0.04	0.337	0.15	0.127	0	0	0.002	0	0.92	0.307	0.001	0.03	0.156	0.064	0.362	0.171		0	0.001	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.25	Pearson Correlation	0.04	0.279	.399	0.144	.410	.563	0.327	0.194	.494	0.279	0.101	.367	-0.27	0.176	.526	0.357	0.289	.646	1	.588	.595
	Sig. (2-tailed)	0.833	0.136	0.029	0.448	0.025	0.001	0.078	0.305	0.006	0.135	0.596	0.046	0.148	0.351	0.003	0.053	0.121	0		0.001	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.28	Pearson Correlation	.542	.627	.636	.425	.753	.871	.709	.763	.728	.593	.402	.688	-.581	.460	.530	.436	.718	.588	.588	1	.994
	Sig. (2-tailed)	0.002	0	0	0.019	0	0	0	0	0	0.001	0.028	0	0.001	0.01	0.003	0.016	0	0.001	0.001		0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
totX3	Pearson Correlation	.504	.589	.649	.422	.785	.863	.685	.743	.691	.606	.455	.640	-.566	.466	.501	.481	.715	.555	.595	.994	1
	Sig. (2-tailed)	0.005	0.001	0	0.02	0	0	0	0	0	0	0.012	0	0.001	0.009	0.005	0.007	0	0.001	0.001	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

CORRELATIONS

/VARIABLES=X4.1 X4.2 X4.3 X4.4 X4.5 X4.6 X4.8 X4.9 X4.11 X4.12 X4.13 totX4
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.8	X4.9	X4.11	X4.12	X4.13	totX4
X4.1	Pearson Correlation	1	.938	.742	.678	.600	.776	.489	.712	0.16	0	0	.734
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0.006	0	0.398	1	1	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.2	Pearson Correlation	.938	1	.773	.697	.601	.812	.507	.737	0.16	0.018	0.003	.753
	Sig. (2-tailed)	0		0	0	0	0.004	0	0.397	0.927	0.988	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.3	Pearson Correlation	.742	.773	1	.805	.634	.567	0.242	.446	0.344	.498	.471	.890
	Sig. (2-tailed)	0	0		0	0.001	0.197	0.013	0.063	0.005	0.009	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.4	Pearson Correlation	.678	.697	.805	1	.782	.481	.425	.618	0.191	.411	0.352	.842
	Sig. (2-tailed)	0	0	0		0.007	0.019	0	0.311	0.024	0.057	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.5	Pearson Correlation	.600	.601	.634	.782	1	.781	.627	.730	0.282	0.157	0.025	.773
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0		0	0	0.131	0.406	0.897	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.6	Pearson Correlation	.776	.812	.567	.481	.781	1	.651	.779	0.237	-0.176	-0.263	.649
	Sig. (2-tailed)	0	0	0.001	0.007	0		0	0.207	0.351	0.161	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.8	Pearson Correlation	.489	.507	0.242	.425	.627	.651	1	.464	.585	-0.119	-0.191	.556
	Sig. (2-tailed)	0.006	0.004	0.197	0.019	0	0		0.01	0.001	0.531	0.311	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.9	Pearson Correlation	.712	.737	.446	.618	.730	.779	.464	1	-0.243	-0.227	-0.337	.485
	Sig. (2-tailed)	0	0	0.013	0	0	0	0.01		0.195	0.229	0.068	0.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.11	Pearson Correlation	0.16	0.16	0.344	0.191	0.282	0.237	.585	-0.243	1	.447	.452	.577

	Sig. (2-tailed)	0.398	0.397	0.063	0.311	0.131	0.207	0.001	0.195		0.013	0.012	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.12	Pearson Correlation	0	0.018	.498**	.411*	0.157	-0.176	-0.119	-0.227	.447	1	.900**	.551*
	Sig. (2-tailed)	1	0.927	0.005	0.024	0.406	0.351	0.531	0.229	0.013		0	0.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.13	Pearson Correlation	0	0.003	.471**	0.352	0.025	-0.263	-0.191	-0.337	.452*	.900**	1	.491**
	Sig. (2-tailed)	1	0.988	0.009	0.057	0.897	0.161	0.311	0.068	0.012	0		0.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
totX4	Pearson Correlation	.734**	.753**	.890**	.842**	.773**	.649*	.556**	.485**	.577**	.551**	.491**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0.001	0.007	0.001	0.002	0.006	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 5. Surat Pembimbing Penulisan Skripsi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
JURUSAN PENDIDIKAN KESEHATAN DAN REKREASI
Alamat : Jl. Kolombo No. 1 Telp. (0274) 513092 Ext. 291

Nomor : 30 /Perm-Pemb/SKP/IKORA-PKR/X/2013
Lamp. : 1 Exs. Proposal Skripsi
Hal. : Pembimbing Penulisan Skripsi

21 Oktober 2013

Kepada: Yth. **Bapak Drs. Sumarjo, M.Kes.**
Dosen Jurusan PKR FIK UNY

Diberitahukan dengan hormat, bahwa dalam rangka membantu mahasiswa dalam menyusun tugas akhir sebagai persyaratan penyelesaian studi, maka dimohon kesediaan Bapak untuk menjadi pembimbing penulisan Skripsi Saudara:

Nama : Guntur Yuli Satria
NIM : 09603141040
Judul : Tingkat Faktor Identifikasi Kepuasan Pelanggan Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta

Jika ada perbaikan dan pembenahan judul langsung dapat diselesaikan dengan mahasiswa, tanpa mengurangi makna yang terkandung, dan dilaporkan ke Prodi.

Atas perhatian dan kesedian Bapak disampaikan terima kasih.

Ketua Jurusan PKR,

Yudik Prasetyo, M.Kes..
NIP. 19820815 200502 1 002

Tembusan:
Mahasiswa Bersangkutan

Lampiran 6. Surat permohonan ijin penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
Alamat : Jl. Kolombo No.1 Yogyakarta, Telp.(0274) 513092 psw 255

Nomor : 128 /UN.34.16/PP/2014
Lamp. : 1 Eks.
Hal : Permohonan Izin Penelitian

12 Februari 2014

Yth. : Pengelola Stadion Atletik
dan Sepakbola
Universitas Negeri Yogyakarta

Dengan hormat, disampaikan bahwa untuk keperluan penelitian dalam rangka penulisan tugas akhir skripsi, kami mohon berkenan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan ijin penelitian bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta :

Nama : Guntur Yuli Satria
NIM : 09603141040
Jurusan : PKR/IKORA

Penelitian akan dilaksanakan pada :

Waktu : Februari 2014
Tempat/obyek : Stadion Atletik dan Sepakbola UNY
Judul Skripsi : Identifikasi Faktor Kepuasan Pelanggan Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta.

Demikian surat ijin penelitian ini dibuat agar yang berkepentingan maklum, serta dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Drs. Rumpis Agus Sudarko, M.S.
NIP. 19600824 198601 1 001

Tembusan :
1. Kajur. PKR
2. Pembimbing TAS
3. Mahasiswa ybs.